

**PENGARUH TAYANGAN *MY TRIP MY ADVENTURE* TERHADAP
MOTIVASI BERWISATA MAHASISWA POLITEKNIK PARIWISATA
MAKASSAR ANGKATAN 2015**



Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Sosial
Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar

Oleh:

Muhammad Taslim

NIM: 50700112005

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN ALAUDDIN MAKASSAR
2016**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Muhammad Taslim

Nim : 50700112005

Tempat/Tanggal Lahir : Sengkang, 11 November 1994

Jur/Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi

Fakultas/Program : Dakwah dan Komunikasi

Judul : Pengaruh Tayangan My Trip My Adventure Terhadap
Motivasi Berwisata Mahasiswa Politeknik Pariwisata
Angkatan 2015

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah karya sendiri. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar saya yang diperoleh karenanya batal oleh hukum.

Samata-Gowa, Agustus 2016

Penulis

Muhammad Taslim

NIM. 50700112005

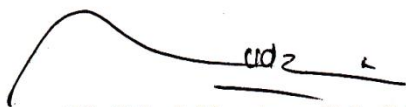
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi Saudara Muhammad Taslim, NIM: 50700112005, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan dengan judul, "Pengaruh Tayangan *My Trip My Adventure* Terhadap Motivasi Berwista Mahasiswa Politeknik Pariwisata angkatan 2015," memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang munaqasyah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

Gowa-Samata, Agustus 2016

Pembimbing I



Mudhirah Nur Amrullah, S.Sos., M.Si
NIP: 19700311 200901 2 002

Pembimbing II



Nuryadi Kadir, S.Sos., MA

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, "Pengaruh Tayangan *My Trip My Adventure* Terhadap Motivasi Berwisata Mahasiswa Politeknik Pariwisata", yang disusun oleh Muhammad Taslim, NIM: 50700112005, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Jum'at, tanggal 19 Agustus 2016 M, bertepatan dengan 3 Muharram 1438 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar

Samata-Gowa, 5 Oktober 2016.

1 Jumadil Awal 1429 H.

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Dr. Nursyamsiah, M.Pd.I	(.....)
Sekretaris	: Haidir Fitra Siagian, S.Sos.M.Si., ph.D	(.....)
Munaqisy I	: Dr. Muh. Anshar Akil, ST., M.Si.	(.....)
Munaqisy II	: Hisbullah Mathar, S.Hi., S.Sn., MM	(.....)
Pembimbing I	: Mudzhira Nur Amrullah, S.Sos., M.Si	(.....)
Pembimbing II	: Nuryadi Kadir, S.Sos., MA	(.....)

Diketahui Oleh :
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,
UIN Alauddin Makassar


Dr. H. Abd. Rasid Masri, S.Ag., M.Pd., M.Si., M.M.
NIP. 19690827 199603 1 004

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga, skripsi ini dapat terselesaikan guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, melalui ucapan sederhana ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih dan apresiasi setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Musafir Pababari, M.Si, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, Wakil Rektor I Bapak Prof. Dr. Mardan, M.Ag, wakil Rektor II Bapak Prof. Dr. H. Lomba Sultan, M.A, dan wakil Rektor III Ibu Prof. Siti Aisyah, M.A., Ph.D yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di UIN Alauddin Makassar.
2. Bapak Dr. H. Abd. Rasyid Masri, S.Ag., M.Pd., M.Si., M.M selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, wakil Dekan I Bapak Dr. Misbahuddin, M.Ag., wakil Dekan II Bapak Dr. H. Mahmuddin, M.Ag, dan wakil Dekan III Ibu Dr. Nursyamsiah, M.Pd.I yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

3. Ibu Ramsiah Tasruddin, S.Ag., M.Si dan Bapak Haidir Fitra Siagian, S.Sos. M.Si., Ph.D selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan motivasi selama penulis menempuh kuliah berupa ilmu, nasehat serta pelayanan sampai penulis dapat menyelesaikan kuliah.
4. Ibu Mudzhira Nur Amrullah, S.Sos, M.Si pembimbing I dan Bapak Nuriadi kadir, S. Sos., MA selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, maupun dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Bapak Dr. Muh. Anshar Akil, ST., M.Si. selaku munaqisy I dan Bapak Hasbullah Mathar, S.Hi., S.Sn., MM selaku munaqisy II yang telah memberikan kritik dan saran untuk perbaikan peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
6. Dosen-dosen jurusan Ilmu Komunikasi UIN Alauddin Makassar yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis dan staf jurusan Ilmu Komunikasi beserta staf akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar yang banyak membantu dalam pengurusan ujian sarjana penulis.
7. Kedua orang tua Ayah H.Syahrul dan Ibu Hj. Naidah, dan adek-adek tersayang Nurul Hidayah, Muhammad Farhan serta Mifta Fauzi. Terima kasih atas segala pengorbanan, kesabaran, dukungan, semangat, dan doa restu disetiap langkah ini, kiranya amanah yang diberikan kepada penulis tidak tersia-siakan.
8. Kurnia yang selalu membantu dan menemani hari-hari penulis selama pengerjaan Skripsi ini.

9. Keluarga besar Ilmu Komunikasi, khususnya sahabat-sahabat KomAndan yang masih bersama berjuang untuk mendapatkan gelar sarjana, dan keluarga Ilmu Komunikasi angkatan 2012 lainnya yang selalu memberikan semangat dan keceriaan.
10. Hermi Matura yang selalu memberikan nasehat dan suport semenjak maba hingga akhirnya penulis dapat menyusun skripsi ini.
11. Terima kasih untuk semua orang yang telah memberikan dukungan moril dan materil kepada peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari begitu banyak kekurangan dan keterbatasan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya tulis ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya dan penulis sendiri pada khususnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Gowa, Agustus 2016

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

Muhammad Taslim

DAFTAR ISI

Sampul	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.	iv
KATA PENGANTAR.	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1-10
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Hipotesis.	5
D. Defenisi operasional.....	5
E. Kajian pustaka	7
F. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN TEORETIS	11-30
A. Komunikasi Massa	17
B. Televisi	18
C. <i>Social Learning Teory</i> (teori pembelajaran social).....	22
D. Motivasi.....	27
E. Pengaruh.....	28
F. Pandangan.	29
G. Kerangka Teoritis.....	30

BAB III METODE PENELITIAN.....	31-40
A. Jenis dan Lokasi Penelitian	31
B. Metode Pendekatan.	31
C. Populasi dan Sampel	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	33
E. Teknik Analisis Data.....	34
F. Instrumen Penelitian.....	37
G. Validitas dan Reabilitas.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41-70
A. Karakteristik Responden.	41
B. Deskripsi Tayangan <i>My Trip My Adventure</i>	43
C. Deskripsi Motivasi Berwisata.....	53
D. Analisis Data Pengaruh Tayangan <i>My Trip My Adventure</i> Terhadap Motivasi Berwisata Mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan.....	59
E. Pembahasan.....	64
BAB V PENUTUP.....	71-72
A. Kesimpulan.	71
B. Implikasi Penelitian.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	9
Gambar 1	30
Tabel3.1	35
Tabel 3.2	38
Tabel 3.5	39
Tabel 4.1	41
Tabel 4.2	42
Tabel 4.3	44
Tabel 4.4	45
Tabel 4.5	45
Tabel 4.6	46
Tabel 4.7	47
Tabel 4.8	48
Tabel 4.9	48
Tabel 4.10	49
Tabel 4.11	50
Tabel 4.12	51
Tabel 4.13	52
Tabel 4.14	52
Tabel 4.15	54
Tabel 4.16	55
Tabel 4.17	55
Tabel 4.18	56
Tabel 4.19	57

Tabel 4.20	57
Tabel 4.21	58
Tabel 4.22	59
Tabel 4.23	60
Tabel 4.24	60
Tabel 4.25	61
Tabel 4.26	62



ABSTRAK

Nama : Muhammad Taslim

NIM : 50700112005

Judul : Pengaruh Tayangan My Trip My Adventure Terhadap Motivasi Berwisata Mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui pandangan Mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 tentang tayangan *My Trip My Adventure*. 2) Mengetahui adakah pengaruh antara menonton program *My Trip My Adventure* dengan motivasi berwisata Mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015. Dalam menjawab permasalahan tersebut, peneliti menggunakan metode penelitian yang berdasarkan pada pendekatan kuantitatif. Sumber data penelitian ini adalah mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan membagikan kuesioner. Analisis data yang digunakan secara deskriptif kuantitatif untuk memaparkan hasil yang diperoleh.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Reaksi mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 beranggapan bahwa isi atau informasi dari tayangan *My Trip My Adventure* penting bagi mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 karena memberikan informasi tentang tempat wisata yang belum banyak di ketahui orang dan menarik untuk di datangi. 2) Terdapat pengaruh dari menonton tayangan *My Trip My Adventure* dengan Motivasi Berwisata mahasiswa Pariwisata Makassar angkatan 2015, keseringan menonton tayangan *My Trip My Adventure* bukan cuma menimbulkan keinginan untuk melakukan hal yang sama tetapi, menimbulkan efek imitasi yaitu terdapat pada frekuensi mengenai Saat anda mengunjungi tempat berwisata anda selalu membawa tongsis, *go pro*, dan *camera* yang menjadi ciri khas dari tayangan *My Trip My Adventure*

Implikasi dari penelitian ini adalah: 1) Penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi motivasi berwisata Mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015, penelitian ini hanya dapat menemukan 44,9% dari tayangan *My Trip My Adventure* mempengaruhi motivasi berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Televisi adalah kotak ajaib yang bisa menghipnotis ratusan jiwa bahkan menyentuh miliaran orang di dunia karena kecanggihannya, jutaan bahkan miliaran orang tersebut terhipnotis dengan kemampuan televisi dalam menghasilkan gambar dan suara secara bersamaan. Tidak ada yang menyangkal bahwa televisi dapat dikatakan merupakan salah satu penemuan terbesar di abad 20. Sejak kemunculannya hingga kini televisi semakin terasa sebagai tak terpisahkan dari kehidupan kita. Karena televisi, ritme dan kegiatan dalam hidup kita banyak diatur olehnya, sadar atau tidak sadar dan suka maupun tidak suka inilah realitas televisi.¹ Didalam televisi sendiri tidak akan menarik tanpa adanya program televisi yang merupakan acara-acara atau tayangan yang ditayangkan oleh stasiun televisi.

Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat beragam. Pada dasarnya apa saja dapat dijadikan program untuk ditayangkan di televisi selama program itu menarik dan disukai oleh audience, dan selama tidak bertentangan dengan kesusilaan, hukum, dan peraturan berlaku. Saat ini telah banyak bermunculan tayangan televisi yang bersifat dokumentasi, perjalanan, dan berwisata yang disiarkan oleh stasiun-stasiun tv dan banyak di sukai oleh masyarakat khususnya kalangan anak muda karena menampilkan objek wisata yang indah salah satunya yaitu program *My Trip My Adventure* yang ditayangkan oleh *Trans TV*.

¹ Morisson, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2008), h.9.

My Trip My Adventure (MTMA) yang mempunyai arti perjalanan saya petualangan saya adalah program tayangan *reality show* yang ditayangkan oleh *Trans TV* Program yang kini ditayangkan 3 kali seminggu di *Trans TV* pada hari Jumat pukul 07.30 WIB, Sabtu dan Minggu pukul 08.30 WIB dengan durasi 1 jam, menghadirkan konsep *travelling* dan *adventure* yang unik dan menarik serta menginspirasi pemirsanya untuk turut meng-explorasi keindahan alam di masing-masing daerah untuk kemudian di *upload* di social media dan pada akhirnya menjadi destinasi wisata baru.

Inspirasi dan spirit ini kemudian melahirkan komunitas atau fanbase MTMA di berbagai kota di Indonesia secara organik dan mandiri, dengan satu tujuan untuk menemukan destinasi wisata baru, teman nge-trip bareng, bakti sosial hingga menjaga kelestarian alam yang senantiasa di kampanyekan program *My Trip My Adventure* di setiap on-airnya #nyampahsembarangakasik. Selain mendapatkan apresiasi yang sangat tinggi di social media, seperti di official twitter MTMA sebanyak 125.053 follower dan instagram 750.000 follower per 22 September 2015. Program MTMA masuk dalam 10 Program Berkualitas Komisi Penyiaran Indonesia 2015. KPI melakukan survey pemirsa yang dilakukan oleh 9 Perguruan Tinggi Negeri di kota besar di Indonesia untuk menentukan indeks kualitas tayangan program di 15 stasiun televisi nasional.²

²<http://acara.co.id/my-trip-my-adventure-trans-tv-rayakan-hut-yang-ke-2tahun/> (21 Maret 2016).

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian wisata adalah bepergian secara bersama-sama dengan tujuan untuk bersenang-senang, menambah pengetahuan, dan lain-lain. Selain itu juga dapat diartikan sebagai bertamasya atau piknik.

Berwisata adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh kebanyakan orang dengan cara mengunjungi tempat wisata yang menurut mereka sangat mereka senangi. Alasan mengapa orang-orang suka berwisata adalah karena dengan berwisata mereka akan mendapatkan kebahagiaan. Mereka akan merasa bahagia karena saat berwisata mereka melihat dan menyaksikan hal yang unik menarik dan indah serta segar seperti wisata pantai, wisata gunung, wisata danau, wisata puncak dimana saat orang-orang berwisata dalam kategori wisata tersebut mereka akan merasa senang, tenang, nyaman, segar dan fresh semua beban pikiran terasa hilang dan mereka menjadi senang bahagia menikmati hal itu.³ Sementara kalangan mahasiswa dan remaja mereka berwisata untuk melepaskan pengapnya aktivitas kuliah dengan mengisi hari libur dengan kegiatan berwisata.

Adapun sebab seseorang untuk berwisata yaitu:

1. Motivasi memenuhi kebutuhan fisik, untuk penyegaran tubuh, pikiran, dan berhubungan dengan kesehatan.

Kebutuhan fisik, tentunya ia, setelah lima hari, atau enam hari bekerja, tentunya fisik akan terasa lelah, selanjutnya munculah motivasi untuk melakukan

³<http://wisata-sumatera7.blogspot.co.id/2015/09/mengapa-orang-suka-berwisata-inilah.html>
(28 Maret 2016).

perjalanan wisata, ke pantai, ke gunung, danau, museum atau manapun yang bisa membuat fisik menjadi semangat kembali.

2. Motivasi untuk mengenal budaya orang lain.

Budaya yang dimaksud dalam pariwisata tidak selalu tentang yang tradisional, atau etnik, budaya dalam pengertian pariwisata sangat luas, yaitu segala kegiatan manusia yang dilakukan secara sadar dan memberikan hasil yang baik untuk manusia itu sendiri, mulai dari manusia itu lahir, atau bahkan masih di dalam kandungan, sampai dia meninggal, dan dimakamkan, mulai dari manusia itu bangun tidur, sampai dia kembali ketempat tidurnya, itulah budaya dalam arti luas dalam pariwisata, tidak terpaku pada yang tradisional, budaya orang jepang yang disiplin, berjalan cepat, berpakaian rapi adalah budaya yang menarik untuk orang Indonesia, berjas, berdasi, tensi kerja yang tinggi, adalah budaya modern di New York yang tentunya bisa dijadikan alfa an untuk berwisata, proses kelahiran suku di Afrika, sampai ke proses kematian di Toraja, semua itu budaya dari manusia yang bisa dikenal.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dikalangan Mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar di karenakan mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar lebih mengetahui tentang kepariwisataan karena itu menyangkut dengan jurusanannya, Maka peneliti mengambil kesimpulan untuk menyajikan pembahasan sejauh mana tayangan *My Trip My Adventure* apakah mempengaruhi motivasi berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar, dengan judul “Pengaruh Tayangan *My Trip My*

Adventure Terhadap Motivasi Berwisata Mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pandangan mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 tentang tayangan *My Trip My Adventure* ?
2. Adakah pengaruh antara menonton program tayangan *My Trip My Adventure* dengan motivasi berwisata Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 ?

C. Hipotesis

Berdasarkan Perumusan masalah dan beberapa tinjauan teoritis pada kajian penelitian ini, maka dikemukakan atau diajukan beberapa hipotesis penelitian, sebagai berikut:

1. Hipotesis Nol (H_0) : Tidak ada pengaruh program tayangan *My Trip My Adventure* terhadap minat berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata angkatan 2015.
2. Hipotesis Penelitian (H_a) : Ada pengaruh program tayangan *My Trip My Adventure* terhadap minat berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata angkatan 2015.

D. Defenisi Operasional

1. Defenisi Operasional

Peneliti menggunakan beberapa defenisi operasional sebagai bahan acuan dalam penelitian dan memudahkan pemahaman judul tersebut, yaitu:

- a. Pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Sehubungan

dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh peneliti, pengaruh adalah sebab-akibat antar variabel. Dalam penelitian ini *tayangan My Trip My Adventure* memberikan pengaruh terhadap motivasi berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar.

- b. Pandangan adalah hasil memperhatikan, melihat dan sebagainya dalam hal ini pandangan yang di maksud adalah padangan mahasiswa Politeknik Pariwisata angkatan 2015 tentang *tayangan My Trip My Adventure*.
- c. Imitasi adalah meniru orang lain mulai dari sikap, perilaku, gaya, cara berfikir, penampilan, keterampilan, kemampuan, dan lain-lain. Imitasi dari tayangan akan mempengaruhi Informasi, Intensitas, Kognitif, Adapun ketiga efek itu sebagai berikut:
 - 1) Informasi, informasi yang dimaksud adalah perihal evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan kepada khalayak.
 - 2) Intensitas, intensitas yang dimaksud adalah frekuensi dan durasi, berapa lamakah atau sering khalayak menonton sebuah tayangan.
 - 3) Kognitif, kognitif yang dimaksud adalah pengetahuan, pemahaman, dan penerapan yang didapat di dalam sebuah tayangan.
- d. Motivasi adalah keadaan dalam diri pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu, guna mencapai suatu tujuan bahwa motivasi jauh berbicara motif seseorang dalam melakukan aktivitas tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Dalam motivasi dipengaruhi oleh perilaku dan sikap. Sehubungan dengan penelitian *My Trip My Adventure* dalam melihat variabel motivasi maka yang menjadi indikator adalah sikap dan perilaku itu sebagai berikut:

- 1) Sikap, sikap adalah perasaan seseorang tentang objek, aktivitas, peristiwa dan orang lain. Perasaan ini menjadi konsep yang merepresentasikan suka atau tidak sukanya (positif, negatif, atau netral) seseorang pada sesuatu.
- 2) Perilaku, Perilaku adalah suatu aksi dan reaksi khalayak terhadap lingkungannya yang mempengaruhi khalayak, dalam hal ini tayangan *My Trip My Adventure* mempengaruhi motivasi berwisata.

E. Kajian Pustaka

Penelitian tentang pengaruh tayangan di televisi sudah pernah dilakukan sebelumnya. Peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai referensi serta dapat membandingkan hasil penelitian satu dengan yang lainnya.

Tabel 1.1. Penelitian Relevan

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan Penelitian
Syahrif Al Qadri (Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Alauddin Makassar)	Pengaruh Menonton Drama Korea di Indosiar Terhadap Perilaku Imitasi Pada Remaja di Kelurahan Bantaeng Selatan Kecamatan Benteng Kabupaten	Ada pengaruh yang sangat kuat antara menonton Drama Korea di Indosiar terhadap perilaku imitasi remaja di kelurahan Benteng Selatan Kecamatan Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar	Kuantitatif Deskriptif	Peneliti ini meneliti tentang Drama Korea dan yang diteliti adalah remaja di kelurahan Benteng Selatan Kecamatan Benteng Kabupaten

	Kepulauan Seelayar			Kepulauan Selayar
Agatha Bayu Warnani (Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta)	Pengaruh Terpaan Tayangan Reportase Investigasi Terhadap Persepsi Ibu Rumah Tangga Tentang Makanan Dan Jajanan Yang Tidak Sehat	terdapat hubungan yang sangat kuat antara pengaruh terpaan tayangan reportase investigasi dan presepsi ibu rumah tangga tentang makanan dan jajanan yang tidak sehat	Kuantitatif Deskriptif	Peneliti ini meneliti tentang terpaan tayangan reportase investigasi dan objek penelitian nya adalah ibu rumah tangga
Rufvi Orta Arhar (Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNS)	Persepsi Menonton Tayangan Talk Show Bukan Empat Mata di Trans7 (Studi Deskriptif Persepsi Mahasiswa FISIP UNS Menonton Acara Talk Show Bukan Empat Mata di Televisi Trans7)	Berdasarkan persepsi mahasiswa dapat disimpulkan bahwa konsep <i>talk show</i> Bukan Empat Mata lebih banyak memberikan hiburan dari pada informasi, pemilihan bintang tamu dinilai sudah tepat karena bervariasi, Tukul layak menjadi host dalam <i>talk show</i> ini dan seorang host sangat mempengaruhi kualitas acara yang dipandunya. Pesan yang ingin disampaikan pada pemirsanya belum bisa sampai karena lebih banyak diisi dengan humor, <i>talk show</i> ini tidak mengarah pada pornografi	Kuantitatif Deskriptif	Peneliti ini meneliti tentang presepsi Mahasiswa a FISIP UNS tentang tayangan talk show Bukan Empat Mata

		pornoaksi karena hanya sebuah acara hiburan saja, talk show ini dinilai berbeda dari <i>talk show</i> lainnya dalam segi konsep maupun pembawa acaranya.		
--	--	--	--	--

F. Tujuan dan Manfaat penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pandangan Mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 tentang tanyangan *My Trip My Adventure*.
- b. Untuk mengetahui adakah pengaruh antara menonton program *My Trip My Adventure* dengan motivasi berwisata Mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015

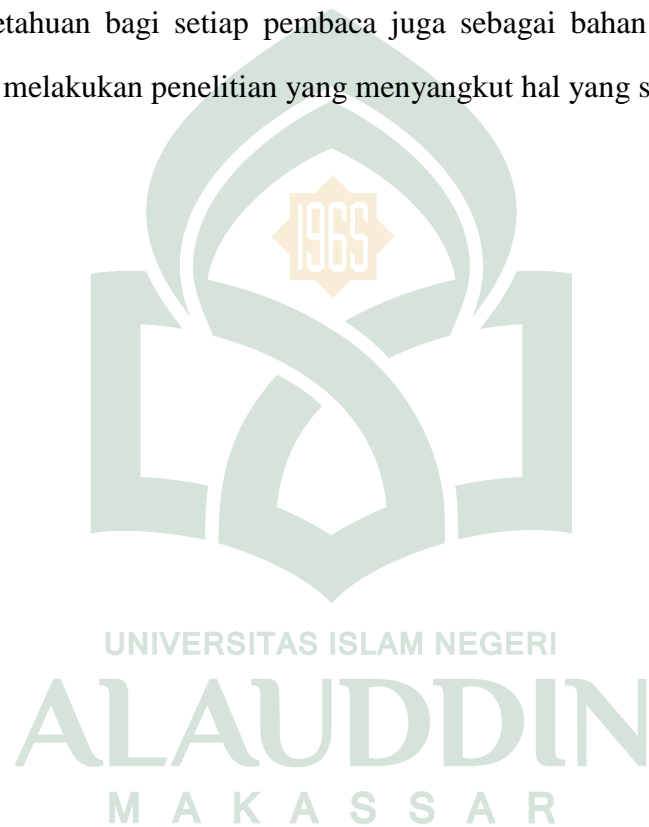
2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat secara teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama bagi jurusan ilmu komunikasi dalam memberikan gambaran jelas tentang hubungan antara menonton sebuah program televisi dengan efek yang ditimbulkannya. Serta dapat memberikan informasi dan masukan pada teori yang telah ada, terutama berkaitan dengan hubungan antara komunikasi massa dan efek yang ditimbulkannya.

b. Manfaat secara praktis

- 1) Bagi penulis: Meningkatkan pengetahuan tentang bagaimana sebuah tayangan yaitu *My Trip My Adventure* mempunyai pengaruh atau tidak dengan minat berwisata.
- 2) Bagi pihak lain: Sebagai bahan untuk menambah wawasan dan setiap pengetahuan bagi setiap pembaca juga sebagai bahan acuan bagi yang ingin melakukan penelitian yang menyangkut hal yang sama.



BAB II

TINJAUAN TEORETIS

A. Komunikasi Massa

1. Pengertian Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain media massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu masa disini menunjuk pada khalayak, audience, penonton, pemirsa, atau pembaca.⁴ Defenisi paling sederhana yang dikutip oleh Darwanto tentang komunikasi massa dirumuskan oleh Bittner dalam bukunya *Mass Communication: Introduction* menyatakan:

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*Mass communicstion: is messages communicated through a mass medium to a large number of people*).⁵

Harold D. Lasswell memformulasikan unsur-unsur komunikasi dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

“Who Says What in Which Channelto Whom With What Effect?”

- a. Unsur *who* (sumber atau komunikator). Siapakah komunikatornya?
- b. Unsur *says what* (pesan). Pesan apa yang dinyatakannya?
- c. Unsur *in which channel* (saluran atau media). Media apa yang digunakan?
- d. Unsur *to whom* (penerima; khalayak; audien). Siapa komunikannya ?
- e. Unsur *with what effect* (dampak). Efek apa yang diharapkan

⁴ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (DKI Jakarta), h.2

⁵ Darwanto, *Televisi Sebagai Media Pendidikan* (Yogyakarta: pustaka pelajar, 2007), h.28

Sedangkan ciri-ciri komunikasi massa, menurut Elizabeth Noelle Neumann sebagai berikut:

- a. Bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media teknis.
- b. Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta Komunikasi
- c. Bersifat terbuka, artinya ditujukan pada publik yang tidak terbatas dan anonim;
- d. Mempunyai publik yang tersebar.⁶

Menurut Dominick dalam Komunikasi massa mempunyai beberapa fungsi bagi masyarakat, antara lain:

- a. Pengawasan

Fungsi pengawasan ini dibagi ke dalam 2 bentuk yaitu pengawasan peringatan (*Warning and beware surveillance*) yang terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman bencana alam, tayangan inflasi, atau serangan militer. Kemudian yang kedua adalah pengawasan instrumental (*instrumental surveillance*) yaitu penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

- b. Penafsiran

Penafsiran pada media dapat dilihat pada halaman tajuk rencana (editorial). Penafsiran ini berbentuk komentar dan opini yang ditujukan pada khalayak pembaca, serta dilengkapi perspektif (sudut pandang) terhadap berita

⁶ Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2009)

yang disajikan pada halaman lainnya. Tujuan penafsiran media adalah untuk mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antar persona atau komunikasi kelompok.

c. Pertalian

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk pertalian berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu. Kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah secara geografis dipertalikan atau dihubungkan oleh media.

d. Penyebaran nilai-nilai

Fungsi ini disebut juga sebagai sosialisasi. Media mewakili sebagai model dan peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

e. Hiburan

Melalui program-program di televisi dan radio, khalayak dapat memperoleh hiburan yang dikehendaki. Sementara surat kabar dapat melakukan hal tersebut dengan memuat cerpen, Teka-Teki Silang (TTS), dan berita yang mengandung sentuhan manusiawi (*human interest*).⁷

Berdasarkan defenisi yang dikemukakan di atas, peneliti menarik kesimpulan bahwa komunikasi massa merupakan komunikasi yang dilakukan melalui media massa yang bertujuan menarik khalayak untuk melihat, mendengar, maupun membacanya. Dalam media massa sebagai khalayak kita harus memilih mana media massa yang baik diikuti dan tidak supaya apa yang kita dapat dari

⁷Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004), h.15-20.

media massa itu dapat kita pertanggung jawabkan seperti dalam firman Allah sebagai berikut

Firman Allah Swt dalam Q. Al-isra' /17 ayat 36, yaitu:⁸

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ
كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

Terjemahnya:

“Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggung jawaban”

2. Media Massa

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.⁹ Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media *on-line* (internet).

Media massa memiliki beberapa karakteristik seperti yang dikemukakan oleh Cangara antara lain:¹⁰

a. Bersifat melembaga

⁸ Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al Quran, Al-Qur'an Al-Kalam dan Terjemahnya, (Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang, 2002), h 389.

⁹ Hafied , *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2003), h. 134.

¹⁰ Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Refika Offset, 2009), h. 103.

- b. Bersifat satu arah
- c. Meluas dan serempak
- d. Memakai peralatan teknis atau mekanis
- e. Bersifat terbuka

Media massa seperti disebutkan di atas memiliki ciri-ciri tertentu, antara lain ciri massif (massive) atau massa (massal), yakni tertuju kepada sejumlah orang yang relatif banyak. Secara umum media massa adalah alat yang digunakan dalam proses penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi, baik cetak maupun elektronik.

Seperti yang diungkapkan oleh Donald K. Robert, efek media massa hanyalah “perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa”. Apabila fokus pada pesan, maka efek haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa. Selain itu, terdapat tiga pendekatan yang disampaikan oleh Steven M. Chaffee. Pendekatan yang pertama adalah kecenderungan kita dalam melihat efek media massa, baik yang berkaitan dengan pesan, maupun media itu sendiri. Pendekatan yang kedua adalah ketika kita melihat jenis perubahan yang terjadi pada khalayak. Pendekatan yang ketiga adalah meninjau satuan observasi yang dikenai efek komunikasi massa, baik itu individu, kelompok, hingga bangsa sekalipun. Berkaitan dengan tipe pendekatan yang kedua, terdapat tiga efek perubahan yaitu penerimaan informasi, perubahan perasaan atau sikap, dan perubahan perilaku. Dengan istilah lain, ketiga efek tersebut adalah:

a. Efek kognitif

Efek ini terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. Pembentukan dan perubahan citra terjadi karena realitas yang disampaikan oleh media massa adalah realitas yang sudah terseleksi. Akibatnya, muncullah stereotipe. Berkaitan dengan ‘Agenda Setting’, media mempengaruhi khalayaknya mengenai apa yang dianggap penting, sehingga hal lain menjadi terabaikan. Efek prososial kognitif membicarakan bagaimana media massa memberikan manfaat seperti apa yang dikehendaki oleh khalayaknya.

b. Efek afektif

Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini berhubungan dengan emosi, sikap, atau nilai. Beberapa faktor yang mempengaruhi intensitas rangsangan emosional media massa antara lain suasana emosional (*mood*), skema kognitif, suasana terpaan, predisposisi individual, serta tingkat identifikasi.

c. Efek behavioral

Efek ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku. Hal ini disebabkan karena khalayak belajar dari apa yang disampaikan oleh media massa. Masyarakat cenderung meniru perilaku yang mereka amati.¹¹

¹¹ Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2001), h.218.

B. Televisi

1. Pengertian Televisi

Televisi merupakan media komunikasi yang menyediakan berbagai informasi yang *update*, dan menyebarkannya kepada khalayak umum. Baksin mendefinisikan bahwa: “Televisi merupakan hasil produk teknologi tinggi (*hitech*) yang menyampaikan isi pesan dalam bentuk audio visual gerak. Isi pesan audiovisual gerak memiliki kekuatan yang sangat tinggi untuk mempengaruhi mental, pola pikir, dan tindak individu”.¹²

Televisi adalah sistem pengambilan gambar, penyampaian, dan penyuguhan kembali gambar melalui tenaga listrik. Gambar tersebut ditangkap dengan kamera televisi, diubah menjadi sinyal listrik, dan dikirim langsung lewat kabel listrik kepada pesawat penerima.

Berdasarkan kedua pendapat di atas menjelaskan bahwa televisi adalah sistem elektronis yang menyampaikan suatu isi pesan dalam bentuk audio visual gerak dan merupakan sistem pengambilan gambar, penyampaian, dan penyuguhan kembali gambar melalui tenaga listrik. Dengan demikian, televisi sangat berperan dalam mempengaruhi mental, pola pikir khalayak umum. Televisi karena sifatnya yang audiovisual merupakan media yang dianggap paling efektif dalam menyebarkan nilai-nilai yang konsumtif dan permisif.

Televisi mempunyai keunggulan yang berbeda dengan media massa lainnya yaitu :

a. *Audio Visual*

¹²Baksin, *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006), h.16.

Televisi memiliki salah satu kelebihan yaitu dapat di dengar sekaligus juga dapat dilihat (audio visual) jadi, apabila khalayak radio siaran hanya dapat mendengar kata-kata, musik, dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Namun demikian, bukan berarti gambar lebih penting dari kata-kata. Keduanya juga harus ada kesesuaian secara harmonis

b. Berpikir dalam gambar

Pihak yang bertanggung jawab atas kelancaran acara televisi adalah pengarah acara, ia harus berpikir dalam gambar (think in picture). Begitu pula bagi seorang komunikator yang akan menyampaikan informasi, pendidikan atau persuasi, sebaiknya ia dapat melakukan berpikir dalam gambar.

c. Pengoperasian lebih kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi suara lebih kompleks dan lebih banyak melibatkan orang. Peralatan yang digunakan pun lebih rumit dan harus dilakukan orang-orang yang terampil.

d. Efisiensi Biaya

Salah satu keuntungan televisi adalah kemampuannya menjangkau khalayak sasaran yang sangat luas. Jangkauan massa ini menimbulkan efisiensi biaya dalam menjangkau setiap khalayak.

e. Dampak yang Kuat

Keunggulan lainnya adalah kemampuannya menimbulkan dampak yang kuat terhadap konsumen dengan tekanan sekaligus pada dua panca indera, yaitu penglihatan dan pendengaran. Televisi juga mampu mengkombinasikan gerakan, kecantikan, suara, warna, drama, dan humor

f. Pengaruh yang Kuat

Televisi juga mempunyai kemampuan yang kuat untuk mempengaruhi persepsi khalayak sasaran. Kebanyakan masyarakat menghabiskan waktunya di depan televisi sebagai sumber berita, hiburan, dan sarana pendidikan.

Adapun Kelemahan Televisi yaitu:

a. Biaya yang Besar

Kelemahan yang paling serius dalam siaran televisi ialah biaya yang besar dalam memproduksi suatu acara, walaupun untuk menjangkau khalayak lebih rendah.

b. Khalayak yang Tidak Selektif

Sekalipun berbagai tekhnis telah diperkenalkan untuk menjangkau sasaran yang lebih selektif, televisi tetap sebuah media yang tidak selektif karena segmentasinya tidak setajam surat kabar atau majalah.

c. Kesulitan Teknis

Media ini tidak luwes dalam pengaturan teknis. Acara-cara yang telah dibuat awalnya dapat berubah begitu saja, apalagi menjelang jam-jam penyiarannya.

Format acara televisi adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut:

- a. Drama (fiksi) : adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi dan dicipta melalui proses imajinasi kreatif dari kisah-kisah drama atau fiksi yang direkayasa dan dikreasi ulang.

- b. Non drama (non fiksi) : adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi dan dicipta melalui proses pengolahan imajinasi kreatif dan realitas kehidupan sehari-hari tanpa harus menginterpretasi ulang dan tanpa harus menjadi dunia khayalan.
- c. Berita dan olahraga : adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi berdasarkan informasi dan fakta atas kejadian dan peristiwa yang berlangsung pada kehidupan masyarakat sehari-hari.¹³

Namun televisi juga menjadi perdebatan oleh para ulama karena selain memberikan manfaat juga terdapat kemudhorotan. Oleh karena itu, setiap manusia harus cerdas memilih berita atau informasi dari televisi sebagaimana dalam firman Allah Q S AL-Hujuraat/49:6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهْلَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.¹⁴

2. Program Televisi M A K A S S A R

Secara teknis penyiaran televisi, program televisi (*television programming*) diartikan sebagai penjadwalan atau perencanaan siaran televisi dari hari ke hari (*horizontal programming*) dan dari jam ke jam (*vertical programming*) setiap harinya. Media televisi hanya mengistilahkan *programming* atau

¹³ Rukmananda, *Menjadi Sutradara Televisi* (Gramedia Widiasarana, 2004), h.63.

¹⁴ Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al Quran, *Al-Qur'an Al-Kalam dan Terjemahnya*, (Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang, 2002), h.743.

pemrograman.¹⁵ Sedangkan menurut Rukmananda *programming* adalah teknik penyusunan program acara televisi yang ditayangkan secara berurutan. Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai macam jenis program yang judulnya sangat bervariasi dan jenisnya juga beragam. Pada dasarnya, apapun yang bisa dijadikan sebuah program acara yang bisa ditayangkan di televisi asalkan menarik dan disukai oleh audience, dan selama itu tidak bertentangan dengan norma-norma kesopanan, kesusilaan, serta hukum dan peraturan yang berlaku.¹⁶

Berbagai macam jenis program televisi secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua bagian besar, yaitu :

a. Program Informasi (jurnalistik)

- 1) *Hardnews* (faktual, berita yang cukup kuat, fokus kepada isi pesan) : *Bulletin, Breaking News, Investigasi Talkshow*.
- 2) *Soft news* (kombinasi dari fakta, gossip, dan opini) : *Air Magazine, Dokumenter, Talkshow, Feature, Semi Documenter*.

b. Program Hiburan (artistik)

- 1) Drama (acara fiksi yang ditayangkan oleh televisi dalam bentuk cerita drama hingga cerita detektif yang memiliki karakter dan plot cerita yang serupa dengan cerita aslinya) contohnya Sitkom, FTV, Film, Sinetron, Sketsa.
- 2) Non Drama : *Music, Variety, Games, Talent, Reality, Infotainment, Sport, Religy, Talkshow* Selain pembagian jenis program berdasarkan skema diatas, terdapat pula pembagian program berdasarkan apakah suatu

¹⁵ Soenarto, *Programa Televisi dari Penyusunan Sampai Pagaruh Siaran* (Jakarta: FFTV-IKJ Press, 2007)

¹⁶ Rukmananda, *Menjadi Sutradara Televisi* (Gramedia Widiasarana, 2004), h.213.

program bersifat faktual atau fiktif. Program faktual antara lain meliputi program berita, dokumenter, dan *reality show*. Sementara program fiktif antara lain program drama atau komedi.

3. Content Program Televisi

Content program “*My Trip My Aventure*” di Trans Tv , yakni:

a. Berwisata

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian wisata adalah bepergian secara bersama-sama dengan tujuan untuk bersenang-senang, menambah pengetahuan, dan lain-lain. Selain itu juga dapat diartikan sebagai bertamasya atau piknik.

b. *Trip and Adventure*

Trip and Adventure mempunyai arti perjalanan dan petualangan, di program “*My Trip My Adventure*” perjalanan dan petualangan adalah menemukan tempat objek wisata yang bagus dan indah di Indonesia.

c. *Gimmick*

Gimmick adalah trik-trik yang digunakan untuk mendapatkan perhatian penonton dalam bentuk *sound effect*, musik ilustrasi, mimik, ekspresi, dan acting pemain, *jokes*, teknik *editing* dan pergerakan kamera. *Gimmick* dapat berdiri sendiri tanpa harus berkaitan dengan kesinambungan kamera.

C. *Social Learning Theory*(teori pembelajaran sosial)

1. Penjelasan Teori *Social Learning*

Diketahui bahwa Khalayak mempelajari sejumlah perilaku melalui tayangan yang ditampilkan. Selanjutnya mereka mendasarkan perilaku mereka

dengan meniru apa yang mereka saksikan sebelumnya. Demikian halnya, khalayak yang memiliki perhatian demikian besar terhadap tayangan berpetualang dan berwisata, akan termotivasi untuk melakukan petualang dan berwisata juga .

Teori yang digagas oleh Albert Bandura, yakni pakar psikologi ini. Mengemukakan bahwa manusia belajar tidak hanya melalui pengalaman langsung, melainkan juga melalui peniruan (*modelling*). Bandura berpijak pada pemikiran bahwa perilaku seseorang adalah gabungan hasil faktor-faktor kognisi dan lingkungan. Mengemukakan pendapatnya melalui *Social Learning Theory*, Bandura lebih jauh mengatakan bahwa seorang anak dapat mempelajari perilaku positif maupun negatif melalui media. selanjutnya dalam kondisi tertentu mendasarkan perilakunya pada karakter-karakter yang ditonjolkan oleh media tersebut.

Dalam posisi inilah media menghasilkan suatu idola bagi perilaku agresif. Ketika khalayak menonton tayangan film-film misteri yang menakutkan secara terus menerus, mereka cenderung akan menjadi penakut. Sedang jika mereka menonton tayangan kekerasan, mereka terinspirasi melakukan tindakan agresif.

Sebaliknya ketika mereka menonton tayangan yang baik, mereka terinspirasi untuk melakukan perbuatan yang baik.¹⁷ Dalam proses belajar sosial (*Social Learning Process*), Albert Bandura menggagas bahwa media massa merupakan agen sosialisasi utama selain orang tua, keluarga besar, guru, sekolah, sahabat, dan seterusnya. Bandura membagi prosesnya ke dalam empat tahapan, yakni:

¹⁷ E. B Surbakti, *Awas Tayangan Televisi: Tayangan Misteri dan Kekerasan Mengancam Anda*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2008), h.143

a. Proses Perhatian (*Attention*)

Pada tahapan ini seorang seseorang mengamati peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Peristiwa atau kejadian dapat saja berupa tindakan tertentu, misalnya pemikiran (*abstract modelling*) seperti sikap, nilai-nilai atau pandangan hidup. seseorang dapat mengamati peristiwa tersebut mungkin dari orang tuanya, guru atau media. meskipun ada ratusan peristiwa yang dialami setiap hari, namun hanya beberapa saja yang menarik perhatian mereka adalah kejadian yang mudah diingat, sederhana, menonjol, menarik, dan terjadi berulang-ulang. Tidak mengherankan tayangan kekerasan atau sejenisnya yang menonjolkan agresivitas sangat menarik perhatian mereka karena mudah diingat, sangat menarik perhatian, apalagi jika disiarkan berulang-ulang.

b. Proses Mengingat (*Retention*)

Dari tahapan perhatian terhadap peristiwa, seorang akan menyimpan peristiwanya ke dalam memorinya dalam bentuk imajinasi atau lambang secara verbal sehingga menjadi ingatan (*memory*) yang sewaktu-waktu dapat dipanggil kembali. Dengan kata lain, gambaran membanting atau memukul disimpan dalam visual imajinasi, bahasa, dan suatu saat dapat dipanggil kembali.

c. Proses Reproduksi Motoris (*Motoris Reproductin*)

Pada tahapan ini, seseorang menyatakan kembali pengalaman-pengalaman yang sebelumnya perseptual. Hasil ingatan tadi akan meningkat menjadi bentuk perilaku. Dengan kata lain, tayangan petualangan dan

berwisata yang tersimpan dalam imajinasi dinyatakan kembali sehingga menghasilkan perilaku atau keinginan untuk melakukan hal serupa.

d. Proses Motivasional (*Motivational*)

Suatu motivasi sangat tergantung kepada peneguhan (*reinforcement*) yang mendorong perilaku seorang ke arah pemenuhan tujuan tertentu. Perilaku akan terwujud apabila ada nilai peneguhan, misalnya *self reinforcement* adalah rasa puas diri.

2. Imitasi atau Peniruan

Media massa dapat menimbulkan efek peniruan atau imitasi, bertolak dari besarnya kemungkinan atau potensi pada tiap anggota masyarakat untuk meniru apa-apa yang ia peroleh dari media massa. Kemudahan isi media massa untuk dipahami memungkinkan khalayak untuk mengetahui isi media massa dan kemudian dipengaruhi oleh isi media tersebut.

Perilaku khalayak jelas amat dipengaruhi oleh media massa, hal ini dapat kita lihat dalam kehidupan sehari-hari. Sebenarnya isi media massa dapat memberikan dua pengaruh pada khalayak. Isi media massa yang disukai khalayak cenderung akan ditiru oleh masyarakat, sebaliknya bila isi media massa itu tidak disukai khalayak, maka khalayak pun akan cenderung untuk menghindarinya.

Pernyataan diatas menimbulkan pertanyaan apakah program tayangan berwisata di televisi menyebabkan khalayak mempunyai keinginan untuk berwisata juga atau tidak. Situasi ini memang kompleks karena terdapatnya kepentingan yang bertentangan yang menyebabkan metode,

hasil dan interpretasi yang juga saling bertentangan. Kalangan masyarakat umumnya berpendapat bahwa isi yang positif pada media massa akan berdampak positif pula pada khalayak.

Usaha-usaha untuk mengkaji perilaku meniru secara umum dikaitkan dengan adanya dorongan pembawaan (*innate urges*) atau kecenderungan yang dimiliki oleh setiap manusia. Menurut pandangan umum ini, manusia cenderung untuk meniru perbuatan orang lain semata-mata karena hal itu merupakan bagian dari sifat biologis (*part of biological "nature"*) mereka untuk melakukan hal tersebut.

Seorang sosiolog bernama Gabriel Tarde (1903) berpendapat bahwa semua orang memiliki kecenderungan yang kuat untuk menandingi (menyamai atau bahkan melebihi) tindakan orang disekitarnya. Ia berpendapat bahwa mustahil bagi dua individu yang berinteraksi dalam waktu yang cukup panjang untuk tidak menunjukkan peningkatan dalam peniruan perilaku secara timbal balik. Ia juga memandang imitasi memainkan perana yang sentral dalam transmisi kebudayaan dan pengetahuan dari suatu generasi ke generasi selanjutnya.

Dengan pengamatannya tersebut, Tarde sampai pada pernyataanya yang mengatakan bahwa "*society is imitation...*". Pernyataan ini didukung oleh penulis buku teks psikologi yang pertama, Mc Dougal (1908), bahwa peniruan merupakan suatu dorongan atau kecenderungan yang dibawa sejak lahir, seperti yang dikutip Nasution.¹⁸

¹⁸ Zulkarimein Nasution, *Sosiologi Komunikasi Massa*, h. 54.

Dalam teori ini, tayangan *My Trip My Adventure* merupakan tayangan yang banyak ditonton oleh kalangan remaja dan dewasa. Dalam setiap episodenya menampilkan perjalanan dan petualangan yang menarik sehingga apa yang ditampilkan dalam tayangan tersebut dengan mudah ditiru dan dipraktekkan dalam pergaulan mereka sehari-hari. Dalam penelitian ini akan terlihat apakah faktor peniruan ini melalui diri penonton atau sisi kecenderungan yang dibawa melalui proses pengkondisian media agar orang melakukan peniruan terhadap perilaku tertentu.

D. Motivasi

Menurut Walgito motif berasal dari bahasa latin *movere* yang berarti bergerak atau *tomove* yang berarti kekuatan dalam diri organisme yang mendorong untuk berbuat. Motif sebagai pendorong tidak berdiri sendiri tetapi saling terkait dengan faktor lain yang disebut dengan motivasi.

Motivasi merupakan konsep yang kita gunakan untuk menggambarkan dorongan yang timbul pada atau dalam seorang individu yang menggerakkan dan mengarahkan perilaku. Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai manusia termotivasi oleh kebutuhan yang dimilikinya hal ini sejalan dengan pendapat Robin yang mengemukakan bahwa motivasi adalah kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu dalam memenuhi beberapa kebutuhan individual.¹⁹ Sementara itu motivasi didefinisikan oleh MC. Donald sebagai suatu perubahan energi didalam pribadi seseorang yang ditandai dengan timbulnya afektif dan reaksi untuk mencapai tujuan.

¹⁹ Robbins, *Perilaku Organisasi* (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2003), hal.208.

Menurutnya terdapat tiga unsur yang berkaitan dengan motivasi yaitu:²⁰

1. Motif dimulai dari adanya perubahan energi dalam pribadi, misalnya adanya perubahan dalam sistem pencernaan akan menimbulkan motif lapar.
2. Motif ditandai dengan timbulnya perasaan (*afektif arousal*), misalnya karena amin tertarik dengan tema diskusi yang sedang diikuti, maka dia akan bertanya.
3. Motif ditandai oleh reaksi-reaksi untuk mencapai tujuan.

E. Pengaruh

Pengaruh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Dari pengertian di atas telah dikemukakan sebelumnya bahwa pengaruh adalah merupakan sesuatu daya yang dapat membentuk atau mengubah sesuatu yang lain.

Pengaruh adalah suatu keadaan ada hubungan timbal balik, atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang di pengaruhi. Dua hal ini adalah yang akan dihubungkan dan dicari apa ada hal yang menghubungkannya. Di sisi lain pengaruh adalah berupa daya yang bisa memicu sesuatu, menjadikan sesuatu berubah. Maka jika salah satu yang disebut pengaruh tersebut berubah, maka akan ada akibat yang ditimbulkannya.²¹

²⁰ Hamalik, *Psikologi Belajar Mengajar* (Bandung: Sinar Baru 1992)

²¹ <http://yosiabdiantindaon.blogspot.co.id/2012/11/pengertian-pengaruh/> (8 Agustus 2016)

F. Pandangan

Pandangan menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah kata benda, pandangan sendiri mempunyai beberapa pemaknaan yaitu:

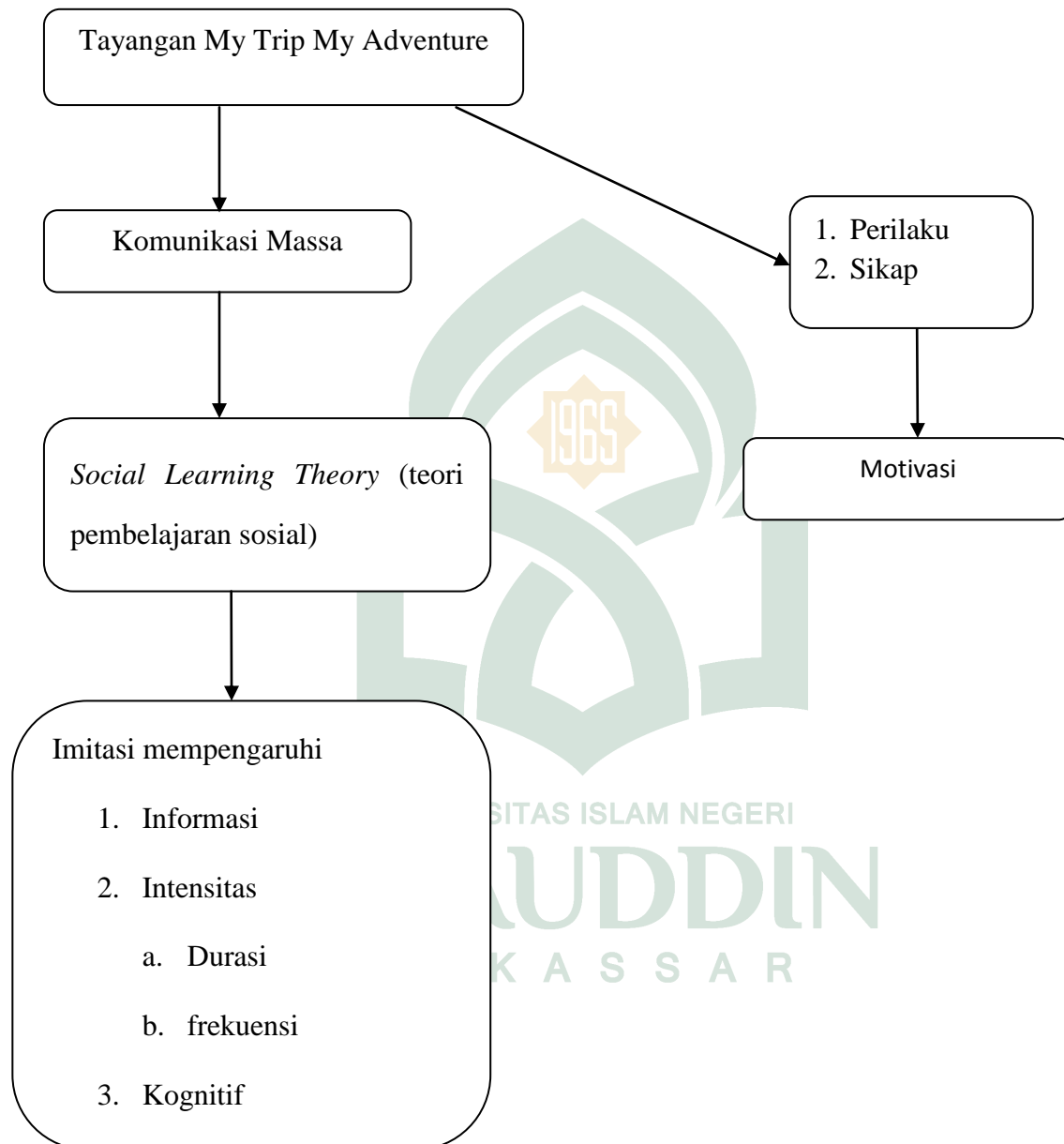
1. hasil perbuatan memandang (memperhatikan, melihat, dan sebagainya) : laporan pandangan mata;
2. benda atau orang yang dipandang (disegani, dihormati, dan sebagainya) : hanya dialah pandangan orang di kampungku;
3. *Kiasan* pengetahuan: meluaskan pandangan nya;
4. *Kiasan* pendapat: menurut pandangan saya, gagasan itu realistis²²

Pandangan adalah hasil memperhatikan, melihat dan sebagainya dalam hal ini pandangan yang di maksud adalah padangan mahasiswa Politeknik Pariwisata angkatan 2015 tentang tayangan *My Trip My Adventure*.



²²<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://kamus.cektkp.com/pandangan/> (8 agustus 2016)

G. Kerangka Teoritis



Gambar 1. Kerangka pikir penelitian

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survei. Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai *instrument* pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.²³ Penelitian dilakukan di Kampus Politeknik Pariwisata Makassar Sulawesi Selatan.

B. Metode Pendekatan

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dikutip dari buku metode penelitian social oleh Bagong Suyanto Dan Sutinah yaitu. Melibatkan lima komponen ilmiah; yaitu teori, hipotesis, observasi, generalisasi empiris, dan penerimaan atau penolakan hipotesis.

1. Mengandalkan adanya populasi dan teknik penarikan sampel.
2. Menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data.
3. Mengemukakan variabel-variabel penelitian dalam analisis data.
4. Berupaya menghasilkan kesimpulan secara umum, baik yang berlaku untuk populasi atau sampel yang diteliti.²⁴

²³Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2006), h.60.

²⁴ Suyanto Bagong, Sutina. *Metode Penelitian Sosial* (Jakarta : prenada media group, 2007), h. 49

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi itu tidak hanya orang, tetapi objek dan benda-benda lain.²⁵ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa politeknik pariwisata angkatan 2015 yang berjumlah 393.

Politeknik Pariwisata Makassar sendiri memiliki beberapa jurusan yaitu Jurusan perhotelan terbagi atas tiga program studi yaitu Manajemen Tata Hidang, Manajemen Tata Boga, dan Manajemen Divisi Kamar. Sedangkan, jurusan Manajemen Perjalanan hanya memiliki satu program studi yaitu Manajemen Jasa Perjalanan.

Sementara itu, untuk Program Pendidikan DIV terbagi atas tiga jurusan yaitu Perhotelan, Perjalanan, dan Pariwisata. Jurusan Perhotelan membuka program studi Administrasi Perhotelan.

Jurusan Perjalanan membuka program studi Manajemen Bisnis Perjalanan dan Manajemen Konvensi dan Perhelatan. Jurusan Pariwisata membuka program studi Manajemen Kepariwisata.

M A K A S S A R

2. Sampel

Dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin untuk menentukan sample dari populasi yang diketahui berapa jumlahnya.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

²⁵Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: alfabeta, 2009), h. 117.

Dimana:

$n = \text{number of samples}$ (jumlah sampel)

$N = \text{total of population}$ (jumlah seluruh anggota populasi)

$e = \text{error tolerance}$ persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditelorir, misalnya 10%, kemudian e ini dikuadratkan.

Batas kesalahan yang ditolerir ini bagi setiap populasi tidak sama. Ada yang 1%, 2%, 3%, 4%, 5% atau 10%

Berdasarkan rumus di atas dengan populasi 393 orang dengan nilai presentase kelonggaran yang diinginkan 5%, maka dapat diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{393}{1 + 393(0,05)^2} = 36$$

Proses penelitian ini berlangsung selama sebulan dimulai dari pembuatan kusioner, observasi ketempat penelitian, persuratan, sampai dengan pembagian kusioner itu sendiri.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini terdiri atas dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari hasil kuisisioner.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.²⁶ Data ini dibuat untuk menghimpun informasi mengenai karakteristik responden, pengetahuan responden tentang tayangan *My Trip My Adventure* dan perilaku responden setelah menonton acara tersebut. Selain menggunakan kuesioner peneliti juga mewawancarai berapa mahasiswa bahan tambahan penelitian.

Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari perpustakaan, buku-buku mengenai proposal penelitian serta dokumen-dokumen yang berkaitan erat dengan penelitian ini.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data penelitian ini adalah analisis kuantitatif yakni analisis data terbagi menjadi dua yakni kegiatan mendeskripsikan data dan melakukan uji statistik (inferensi). Kegiatan mendeskripsikan data adalah menggambarkan data yang ada guna memperoleh bentuk nyata dari responden, sehingga lebih mudah dimengerti peneliti atau orang lain yang tertarik dengan hasil penelitian yang dilakukan. Kegiatan mendeskripsikan data dilakukan dengan pengukuran statistik deskriptif.

Rumus yang digunakan dalam analisis data yaitu regresi linear sederhana merupakan alat analisis untuk menguji hubungan sebab akibat (kausal) antar dua variabel atau lebih, jadi analisis regresi digunakan untuk mengetahui perubahan variabel terikat (*dependent variable*) akibat perubahan variabel bebas (*independent variable*). Persamaan Regresi Linear Sederhana:

²⁶ Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan*. h. 199.

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y= Variabel terikat

a= Konstanta/intersep (besarnya Y jika X=0)

b= Koefisien regresi (besarnya perubahan Y akibat perubahan X)

X= Variabel bebas

e= Kesalahan pengganggu (*error*)

Harga a dan b dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X}{n}$$

a. Analisis korelasi

Pada tahapan ini peneliti melakukan analisis korelasi untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel X imitasi dari tayangan *My Trip My Adventure*, dengan variabel Y yakni motivasi berwisata dan jika ada hubungan, bagaimana arah hubungan dan seberapa besar hubungan tersebut.²⁷

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana :

²⁷ Sondang P Siagian, *Teori Motivasi dan Aplikasinya* (Cet III; Jakarta : PT Rineka Cipta, 2004), h. 123-124.

r = Koefisien korelasi Pearson Product moment

N = Jumlah individu dalam sampel

X = Angka mentah untuk variabel x

Y = Angka mentah untuk variabel y

Tabel 3.1

Koefisien korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 s.d 0,20	Kurang Kuat
>0,20 s.d 0,40	Agak Kuat
>0,40 s.d 0,60	Cukup Kuat
>0,60 s.d 0,80	Kuat
>0,80 s.d 1.00	Sangat Kuat

Nilai koefisien r , yaitu antara -1 sampai +1 dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai $r > 0$ artinya telah terjadi hubungan linier positif, yaitu semakin besar nilai variabel X (independen) semakin besar pula nilai variabel Y (dependen) atau sebaliknya, semakin kecil nilai variabel X (independen) maka semakin kecil pula nilai variabel Y (dependen).
- Jika nilai $r < 0$, artinya telah hubungan linier negatif yaitu semakin kecil nilai variabel X (independen) maka makin kecil pula nilai variabel Y (dependen).
- Jika $r = 0$, artinya tidak ada hubungan sama sekali antara variabel X (independen) dengan variabel Y (dependen).
- Jika $r = 1$ atau $r = -1$ telah terjadi hubungan linier sempurna, sedangkan untuk nilai r yang semakin mengarah ke angka 0 maka hubungan semakin melemah.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Karena instrument penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala.²⁸ Dalam penelitian ini menggunakan Skala *Likert*.

Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.²⁹

Dalam penelitian ini indikator yang diukur melalui skala *Likert*, dengan lima pilihan jawaban yaitu

1. Sangat Setuju (SS) diberi skor 4
2. Setuju (S) diberi skor 3
3. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
4. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

G. Validitas dan Reliabilitas

1. Uji validitas

Validitas adalah Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Penelitian ini untuk mengukur validitas digunakan *korelasi bivariate pearson* dengan bantuan program

²⁸ Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan*. h. 133.

²⁹ Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan*. h. 134.

SPSS versi 22. Item angket dalam uji validitas dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada nilai signifikansi 10 %. Sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka variabel tersebut tidak valid.

Untuk penelitian ini, nilai df (*degree of freedom*) dapat dihitung sebagai berikut:

$$df = n - 2 = 36 - 2 = 34$$

Dengan signifikansi 10%. Maka didapat r tabel yaitu 0,279. Adapun hasil uji validitas sebagaimana data dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.2 Hasil uji Validitas Angket

No. Item	R_{xy}	r_{tabel} 10 % (36)	Keterangan
1	0,425	0,279	Valid
2	0,383	0,279	Valid
3	0,468	0,279	Valid
4	0,428	0,279	Valid
5	0,481	0,279	Valid
6	0,617	0,279	Valid
7	0,494	0,279	Valid
8	0,486	0,279	Valid
9	0,620	0,279	Valid
10	0,566	0,279	Valid
11	0,516	0,279	Valid
12	0,420	0,279	Valid
13	0,581	0,279	Valid

14	0,757	0,279	Valid
15	0,693	0,279	Valid
16	0,632	0,279	Valid
17	0,640	0,279	Valid
18	0,619	0,279	Valid
19	0,594	0,279	Valid
20	0,399	0,279	Valid

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Hasil uji validitas sebagaimana tabel di atas, menunjukkan bahwa semua harga $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada nilai signifikansi 10%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item dalam angket penelitian ini valid, sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah Instrumen yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.³⁰ Realibilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *cronbach alpha* yaitu metode yang digunakan untuk menguji kelayakan terhadap konsistensi seluruh skala yang digunakan di dalam penelitian. Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan telah *reliable* jika memiliki koefisien realibilitas 0,6 atau lebih dengan menggunakan bantuan program SPSS. Hasil perhitungan dapat dilihat pada table 3.5 berikut:

³⁰ Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan*. h. 173.

Table 3.5 Hasil uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,745	20

Hasil uji realibitas sebagaimana tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai *alpha* > 0,6. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item dalam angket penelitian reliable atau konsisten, sehingga dapat digunakan dalam pengujian hipotesis.

a. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel X dan Y, apakah variabel X (tayangan *My Trip My Adventure*) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (motivasi berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar).

Untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Dengan Menentukan nilai kritis dengan level signifikan $\alpha = 10 \%$, adapun Penentuan kriteria penerimaan dan penolakan.

Ha diterima jika:

$t_{hitung} \geq t_{table}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, itu berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.

H_0 diterima jika:

$t_{hitung} \leq t_{table}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, itu berarti tidak ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.

BAB IV

A. Karakteristik Responden

Karakteristik responden perlu disajikan untuk mengetahui latar belakang responden. Responden dalam penelitian ini sebanyak 36 orang yang menonton tayangan *My Trip My Adventure*. Karakteristik yang dipakai dalam penelitian ini adalah jenis kelamin dan keseringan responden dalam sebulan menonton tayangan *My Trip My Adventure*.

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Faktor ini sangat berpengaruh untuk melihat apakah tayangan *My Trip My Adventure* yang notabeneanya berpetualang dan berwisata ketempat-tempat baru yang banyak disukai kaum lelaki disukai juga oleh kaum perempuan.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Laki-laki	9	25%
Perempuan	27	75%
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa tayangan *My Trip My Adventure* disukai oleh kaum perempuan itu dapat dibuktikan dari 36 responden 27 atau 75% nya adalah perempuan dan 9 reponden atau 25% adalah laki-laki. Banyak sample dari perempuan karena secara proporsional di Kampus Politeknik Pariwisata umumnya perempuan hal ini berdasarkan hasil observasi lapangan.

2. Karakteristik responden berdasarkan keseringan responden dalam sebulan menonton tayangan *My Trip My Adventure*

Tayangan *My Trip My Adventure* yang setiap seminggu tayang dihari jum'at, sabtu, dan minggu jika di jumlahkan dalam sebulan tayang sebanyak 12 kali dan keseringan responden dalam sebulan menonton tayangan *My Trip My Adventure* dibagi menjadi tiga kelompok yaitu: kelompok satu (1 – 4), kelompok dua (5 – 8), kelompok 3 (9 – 12)

Tabel 4.2 Keseringan responden dalam sebulan menonton tayangan

My Trip My Adventure

Keseringan Responden Dalam Sebulan Menonton Tayangan <i>My Trip My Adventure</i>	Frekuensi	%
1 – 4	12	33,3
5 – 8	14	38,8
9 – 12	10	27,7
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan data responden di atas, dapat diketahui bahwa responden penelitian memiliki keseringan menonton tayangan *My Trip My Adventure* dalam sebulan yang berbeda-beda. Secara keseluruhan, sebanyak 12 responden atau 33,3% dalam sebulan menonton tayangan *My Trip My Adventure* sebanyak 1 – 4 kali adapun 14 responden atau 38,8% dalam sebulan menonton tayangan *My Trip My Adventure* sebanyak 5 – 8 kali dan terakhir 10 responden atau 27,7% dalam sebulan menonton tayangan *My Trip My Adventure* sebanyak 9 – 12 kali. Hal tersebut berarti bahwa responden sangat antusias dan menyukai tayangan *My Trip My Adventure* ini terbukti dari 14 atau 38,8% dari 36 responden paling banyak menonton tayangan *My Trip My Adventure* 5 sampai 8 dalam sebulan.

B. Deskripsi Tayangan *My Trip My Adventure*

Deskripsi dalam penelitian ini, variabel penelitian yakni mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 mengenai imitasi dari tayangan *My Trip My Adventure* yaitu variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (variabel terikat). Pernyataan dalam variabel bebas menggunakan pilihan jawaban sesuai dengan skala likert 1-4. Dalam variabel imitasi terbagi menjadi 3 indikator yaitu:

1. Informasi
2. Intensitas: Frekuensi dan Durasi
3. Kognitif

Maka disusun indikator informasi terdiri dari 4 pertanyaan, item pertanyaan tersebut dapat dilihat dari tabel 4.3, 4.4, 4.5, dan 4.6 Sedangkan indikator intensitas terdiri dari 4 pernyataan, pernyataan tersebut dapat dilihat dari tabel 4.7, 4.8, 4.9 dan 4.10. Dan indikator kognitif terdiri dari 4 pertanyaan tersebut dapat dilihat dari tabel 4.11, 4.12, 4.13, dan 4.14. Berikut adalah penjabaran dari pernyataan-pernyataan yang telah dijawab oleh responden berkaitan dengan tayangan *My Trip My Adventure* menurut mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015.

1. Indikator Informasi

Tabel 4.3 Informasi Tentang Tempat Wisata Yang Belum Banyak

Diketahui

Tayangan <i>My Trip My Adventure</i> memberikan informasi tentang tempat wisata yang belum banyak di diketahui orang dan menarik untuk didatangi	Frekuensi	%
Sangat Setuju	31	86,1
Setuju	5	13,8
Tidak Setuju	0	-
Sangat Tidak Setuju	0	-
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel mengenai tayangan *My Trip My Adventure* memberikan informasi tentang tempat wisata yang belum banyak di diketahui orang dan menarik untuk didatangi, jika dicermati sebanyak 86,1% (31 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 13,8% (5 orang) menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata reaksi responden positif dan memang tayangan *My Trip My Adventure* memberikan informasi tentang tempat wisata yang belum banyak di diketahui orang dan menarik untuk didatangi.

Tabel 4.4 Pengetahuan Tentang Potensi Wisata Dari Tayangan *My Trip**My Adventure*

Tayangan <i>My Trip My Adventure</i> memberikan pengetahuan tentang potensi wisata yang ada diseluruh wilayah Indonesia	Frekuensi	%
Sangat Setuju	26	72,2
Setuju	10	27,7
Tidak Setuju	0	-
Sangat Tidak Setuju	0	-
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel mengenai tayangan *My Trip My Adventure* memberikan pengetahuan tentang potensi wisata yang ada diseluruh wilayah Indonesia, jika dicermati sebanyak 72,2% (26 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 27,7% (10 orang) menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa tayangan *My Trip My Adventure* memang memberikan pengetahuan tentang potensi wisata yang ada diseluruh wilayah Indonesia.

Tabel 4.5 Informasi dari tayangan *My Trip My Adventure* dapat dibagi

bersama keluarga dan teman

Informasi yang didapat dari tayangan <i>My Trip My Adventure</i> dapat kita bagi ke keluarga atau teman tentang tempat-tempat destinasi wisata yang menarik untuk didatangi	Frekuensi	%
Sangat Setuju	19	52,7
Setuju	17	47,7
Tidak Setuju	0	-
Sangat Tidak Setuju	0	-
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel mengenai Informasi yang didapat dari tayangan *My Trip My Adventure* dapat kita bagi ke keluarga atau teman tentang tempat-tempat destinasi wisata yang menarik untuk didatangi, jika dicermati sebanyak 52,7% (19 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 47,7% (17 orang) menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa reaksi responden sangat positif tentang informasi dari tayangan *My Trip My Adventure* dapat kita bagi ke keluarga maupun teman-teman kita.

Tabel 4.6 Pengetahuan dari tayangan *My Trip My Adventure* dapat kita terapkan di daerah kita

Pengetahuan yang di dapat dari tayangan <i>My Trip My Adventure</i> dapat anda terapkan di daerah anda, yaitu disaat anda pergi berpetualang janganlah merusak alam disekitar kita dan jangan mengotorinya buanglah sampah pada tempatnya	Frekuensi	%
Sangat Setuju	27	75%
Setuju	9	25%
Tidak Setuju	0	-
Sangat Tidak Setuju	0	-
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel mengenai pengetahuan dari tayangan *My Trip My Adventure* dapat kita terapkan di daerah kita, jika dicermati sebanyak 75% (27 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 25% (9 orang) menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan dari tayangan *My Trip My*

Adventure berupa janganlah merusak alam kita dan jangan mengotorinya dengan membuang sampah pada tempatnya sangat bermanfaat disaat kita pergi berpetualang agar menjaga alam kita tetap indah.

2. Indikator Intensitas: Frekuensi dan Durasi

Tabel 4.7 Tayangan *My Trip My Adventure* menarik untuk ditonton

Tayangan <i>My Trip My Adventure</i> menarik untuk ditonton karena menampilkan tayangan berpetualang dan berwisata	Frekuensi	%
Sangat Setuju	14	38,8%
Setuju	22	61,1%
Tidak Setuju	0	-
Sangat Tidak Setuju	0	-
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel mengenai tayangan *My Trip My Adventure* menarik untuk ditonton, jika dicermati sebanyak 52,7% (14 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 47,7% (17 orang) menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa reaksi responden terbilang positif tentang tayangan *My Trip My Adventure* menarik untuk ditonton karena menampilkan tayangan berpetualang dan berwisata karena banyak responden menjawab setuju.

Tabel 4.8 Keseringan menonton tayangan *My Trip My Adventure* akan menimbulkan keinginan untuk melakukan hal yang sama

Dengan sering menonton tayangan <i>My Trip My Adventure</i> menimbulkan keinginan untuk melakukan hal yang sama	Frekuensi	%
Sangat Setuju	12	33,3%
Setuju	21	58,3%
Tidak Setuju	3	8,3%
Sangat Tidak Setuju	0	-
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel mengenai keseringan menonton tayangan *My Trip My Adventure* akan menimbulkan keinginan untuk melakukan hal yang sama, jika dicermati sebanyak 33,3% (12 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 58,3% (21 orang) menyatakan setuju, serta 8,3% (3 orang) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa reaksi responden masi terbilang positif tentang sering menonton tayangan *My Trip My Adventure* menimbulkan keinginan untuk melakukan hal yang sama walaupun ada 3 responden menyatakan tidak setuju.

Tabel 4.9 Tayangan *My Trip My Adventure* berbeda dengan tayangan dokumentasi wisata lainnya

Banyak program tayangan yang menampilkan dokumentasi wisata akan tetapi berbeda dengan tayangan <i>My Ttrip My Adventure</i>	Frekuensi	%
Sangat Setuju	9	25%
Setuju	18	50%
Tidak Setuju	9	25%
Sangat Tidak Setuju	0	-
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel mengenai tayangan *My Trip My Adventure* berbeda dengan tayangan dokumentasi wisata lainnya, jika dicermati sebanyak 25% (9 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 50% (18 orang) menyatakan setuju, serta 25% (9 orang) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa reaksi responden masi terbilang positif walaupun sebanyak 25% (9 orang) mengatakan tidak setuju akan tetapi sisanya mengatakan sangat setuju dan setuju itu membuktikan bahwa tayangan *My Trip My Adventure* memang berbeda dengan tayangan dokumentasi wisata lainnya.

Tabel 4.10 Tayangan *My Trip My Adventure* tidak terbatas pada televisi tetapi bisa dilihat melalui sosial media

Frekuensi menonton tayangan <i>My Trip My Adventure</i> tidak terbatas pada televisi tetapi dapat kita lihat di sosial media seperti <i>youtube, instagram, dan facebook</i>	Frekuensi	%
Sangat Setuju	17	47,2%
Setuju	18	50%
Tidak Setuju	1	2,7%
Sangat Tidak Setuju	0	-
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel mengenai tayangan *My Trip My Adventure* tidak terbatas pada televisi tetapi bisa dilihat melalui sosial media, jika dicermati sebanyak 47,2% (17 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 50% (18 orang) menyatakan setuju, serta 2,7% (1 orang) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa reaksi responden masi terbilang positif karena banyak yang menjawab sangat setuju dan

setuju maka dapat diketahui bahwa tayangan *My Trip My Adventure* tidak terbatas pada televisi tetapi dapat kita lihat melalui sosial media.

3. Indikator Kognitif

Tabel 4.11 Pengetahuan dari setiap episode tayangan *My Trip My*

Adventure

Banyak pengetahuan yang berbeda di dapat dari setiap episode tayangan <i>My Trip My Adventure</i>	Frekuensi	%
Sangat Setuju	18	50%
Setuju	16	44,4%
Tidak Setuju	2	5,5%
Sangat Tidak Setuju	0	-
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel mengenai pengetahuan dari setiap episode tayangan *My Trip My Adventure*, jika dicermati sebanyak 50% (18 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 44,4% (16 orang) menyatakan setuju, serta 5,5% (2 orang) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa reaksi responden setuju bahwa setiap episode *My Trip My Adventure* memberikan pengetahuan yang berbeda-beda itu dibuktikan dari 18 responden menjawab sangat setuju dan 16 reponden menjawab setuju.

Tabel 4.12 Pemahaman yang didapat dari tayangan *My Trip My**Adventure*

Pemahaman yang di dapat dari setiap tayangan <i>My Trip My Adventure</i> yaitu “jangan nyampah sembarangan” dapat kita terapkan dilingkungan kita sendiri dan disaat berwisata	Frekuensi	%
Sangat Setuju	30	83,3%
Setuju	5	13,8%
Tidak Setuju	1	2,7%
Sangat Tidak Setuju	0	-
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel mengenai pemahaman yang didapat dari tayangan *My Trip My Adventure*, jika dicermati sebanyak 83,3% (30 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 13,8% (5 orang) menyatakan setuju, serta 2,7% (1 orang) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa reaksi responden sangat positif tentang “jangan nyampah sembarangan” dan dapat diterapkan dilingkungan kita sendiri dan disaat berwisata ini menunjukkan bahwa tayangan *My Trip My Adventure* adalah tayangan yg bersifat positif karena mengajarkan hal-hal kebaikan.

Tabel 4.13 Tayangan *My Trip My Adventure* mengajarkan cinta Indonesia

Dari tayangan <i>My Trip My Adventure</i> mengajarkan kita cintailah Indonesia janganlah merusak dan rawatlah alam kita agar dapat terus dinikmati dan dapat kita terapkan di kehidupan kita sehari-hari	Frekuensi	%
Sangat Setuju	29	80,5%
Setuju	7	19,4%
Tidak Setuju	0	-
Sangat Tidak Setuju	0	-
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel mengenai tayangan *My Trip My Adventure* mengajarkan cinta Indonesia, jika dicermati sebanyak 80,5% (29 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 19,4% (7 orang) menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata reaksi responden sangat positif dan memang tayangan *My Trip My Adventure* mengajarkan kita bagaimana menghargai alam sekitar dan mencintai negeri kita yaitu Indonesia.

Tabel 4.14 Pengetahuan lebih yang didapat dari tayangan *My Trip My Adventure*

Pengetahuan yang didapat dari tayangan <i>My Trip My Adventure</i> tidak terbatas pada berwisata alam tapi juga ciri khas dari suatu daerah dan juga wisata kulinernya	Frekuensi	%
Sangat Setuju	22	61,1%
Setuju	14	38,8%
Tidak Setuju	0	-
Sangat Tidak Setuju	0	-
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel mengenai pengetahuan lebih yang didapat dari tayangan *My Trip My Adventure*, jika dicermati sebanyak 61,1% (22 orang)

responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 38,8% (14 orang) menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata reaksi responden positif dan pengetahuan yang di dapat tayangan *My Trip My Adventure* tidak terbatas pada berwisata alam akan tetapi juga membahas ciri khas daerah-daerah yang didatangi juga wisata kuliner yang terkenal di daerah tersebut.

C.Deskripsi Motivasi Berwisata

Deskripsi dalam penelitian ini, variabel penelitian adalah, motivasi berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 sebagai variabel terikat. Variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi sebab akibat karena adanya variabel bebas. Pernyataan dalam variabel terikat ini menggunakan pilihan jawaban sesuai dengan skala likert 1-4 berikut jawaban sesuai dengan skala likert 1-4

Penilaian motivasi berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 didasarkan pada tayangan *My Trip My Adventure* untuk mempengaruhi motivasi berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015, dalam upaya tersebut Motivasi menjadi dua indikator yaitu:

1. Sikap
2. Perilaku

Maka disusun indikator Sikap terdiri dari 4 item pernyataan, item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.16, 4.17, 4.18, dan 4.19 Sedangkan indikator Perilaku terdiri dari 4 item pernyataan, pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.20, 4.21, 4.22 dan 4.23 Berikut ini penjelasan dari hasil penyebaran kuesioner yang

dijawab oleh responden yang berkaitan motivasi berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015. Berikut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

1. Indikator Sikap

Tabel 4.15 Tempat objek wisata yang di tayangkan *My Trip My Adventure* sangat beragam menimbulkan kepuasan tersendiri saat melihatnya

Jawaban Responden	Frekuensi	%
Sangat Setuju	12	33,3%
Setuju	22	61.1%
Tidak Setuju	2	5,5%
Sangat Tidak Setuju	0	-
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel di atas mengenai tempat objek wisata yang di tayangkan *My Trip My Adventure* sangat beragam menimbulkan kepuasan tersendiri saat melihatnya 33,3% (12 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 61,1% (22 orang) menyatakan setuju, dan tidak setuju 5,5% (2 orang) tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata reaksi responden setuju disaat menonton tayangan *My Trip My Adventure* menimbulkan kepuasan tersendiri disetiap episodenya menampilkan objek wisata yang berbeda-beda.

Tabel 4.16 Aktivitas menjelajah dan berpetualang yang dilakukan *hots*

My Trip My Adventure sangat menginspirasi anda untuk melakukan hal yang sama

Jawaban Responden	Frekuensi	%
Sangat Setuju	12	33,3%
Setuju	20	55,5%
Tidak Setuju	4	11,1%
Sangat Tidak Setuju	0	-
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel di atas mengenai aktivitas menjelajah dan berpetualang yang dilakukan *hots My Trip My Adventure* sangat menginspirasi anda untuk melakukan hal yang sama 33,3% (12 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 55,5% (20 orang) menyatakan setuju, dan tidak setuju 11,1% (4 orang) tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju mereka melakukan hal yang sama yang dilakukan oleh *Hots My Trip My Adventure*.

Tabel 4.17 Peristiwa atau hal-hal unik yang terjadi selama tayangan *My Trip My Adventure* sangat menarik untuk di tonton

Jawaban Responden	Frekuensi	%
Sangat Setuju	16	44,4%
Setuju	18	50%
Tidak Setuju	2	5,5%
Sangat Tidak Setuju	0	-
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel di atas mengenai Peristiwa atau hal-hal unik yang terjadi selama tayangan *My Trip My Adventure* sangat menarik untuk di tonton 44,4% (12 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 50% (20 orang)

menyatakan setuju, dan tidak setuju 5,5% (4 orang) tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan peristiwa atau hal-hal unik yang terjadi selama menonton tayangan *My Trip My Adventure* sangat menarik untuk dilihat

Tabel 4.18 Di setiap episode *My Trip My Adventure* tidak lepas dari alat seperti *go pro* atau *camera* untuk mengebadikan momen seru, dan itu menjadikan tayangan *My Trip My Adventure* menarik untuk di tonton

Jawaban Responden	Frekuensi	%
Sangat Setuju	14	38,8%
Setuju	21	58,3%
Tidak Setuju	1	2,7%
Sangat Tidak Setuju	0	-
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel di atas mengenai di setiap episode *My Trip My Adventure* tidak lepas dari alat seperti *go pro* atau *camera* untuk mengebadikan momen seru, dan itu menjadikan tayangan *My Trip My Adventure* menarik untuk di tonton 38,8% (14 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 58,3% (21 orang) menyatakan setuju, dan tidak setuju 2,7% (1 orang) tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan peralatan canggih yang digunakan *My Trip My Adventure* di setiap episodenya membuat tayangan *My Trip My Adventure* lebih menarik untuk ditonton.

2. Indikator Perilaku

Tabel 4.19 Disaat anda berwisata dan berpetualang ke tempat-tempat baru itu termotivasi dari tayangan *My Trip My Adventure*

Jawaban Responden	Frekuensi	%
Sangat Setuju	12	33,3%
Setuju	19	52,7%
Tidak Setuju	5	13,8%
Sangat Tidak Setuju	0	-
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel di atas mengenai disaat anda berwisata dan berpetualang ke tempat-tempat baru itu termotivasi dari tayangan *My Trip My Adventure* 33,3% (12 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 52,7% (19 orang) menyatakan setuju, dan tidak setuju 13,8% (5 orang) tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa mereka berwisata dan berpetualang itu termotivasi dari tayangan *My Trip My Adventure*.

Tabel 4.20 Setelah anda puas dengan tayangan *My trip My Adventure* menginspirasi anda untuk turut meng-explorasi keindahan alam di masing-masing daerah anda

Jawaban Responden	Frekuensi	%
Sangat Setuju	15	41,6%
Setuju	21	58,3%
Tidak Setuju	0	-
Sangat Tidak Setuju	0	-
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel di atas mengenai setelah anda puas dengan tayangan *My trip My Adventure* menginspirasi anda untuk turut mengeksplorasi keindahan alam di masing-masing daerah anda 41,6% (15 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 58,3% (21 orang) menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa setelah mereka menonton tayangan *My Trip My Adventure* menimbulkan keinginan untuk turut meng-explorasi keindahan alam di daerah mereka masing-masing.

Tabel 4.21 Disaat anda berwisata anda akan menjalankan pesan sosial kepada orang lain dengan cara membuang sampah pada tempatnya dan tidak merusak alam sekitar seperti yang sering dicontohkan tayangan *My Trip My Adventure*

Jawaban Responden	Frekuensi	%
Sangat Setuju	20	55,5%
Setuju	15	41,6%
Tidak Setuju	1	2,7%
Sangat Tidak Setuju	0	-
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel di atas mengenai Disaat anda berwisata anda akan menjalankan pesan sosial kepada orang lain dengan cara membuang sampah pada tempatnya dan tidak merusak alam sekitar seperti yang sering dicontohkan tayangan *My Trip My Adventure* 55,5% (20 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 41,6% (15 orang) menyatakan setuju, dan tidak setuju 2,7% (1 orang) tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju dengan mengikuti dan

menjalankan pesan sosial kepada orang lain dengan cara membuang sampah pada tempatnya dan tidak merusak alam sekitar seperti yang seperti yang dicontohkan tayangan *My Trip My Adventure*.

Tabel 4.22 Saat anda mengunjungi tempat berwisata anda selalu membawa tongsis, *go pro*, dan *camera* yang menjadi ciri khas dari tayangan *My*

Trip My Adventure

Jawaban Responden	Frekuensi	%
Sangat Setuju	10	27,7%
Setuju	20	55,5%
Tidak Setuju	5	13,8%
Sangat Tidak Setuju	1	2,7%
JUMLAH	36	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel di atas mengenai Saat anda mengunjungi tempat berwisata anda selalu membawa tongsis, *go pro*, dan *camera* yang menjadi ciri khas dari tayangan *My Trip My Adventure* 33,3% (12 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 52,7% (19 orang) menyatakan setuju, tidak setuju 13,8% (5 orang), dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa setiap mereka berwisata mereka selalu membawa tongsis, *go pro* dan *camera* yang menjadi ciri khas dari tayangan *My Trip My Adventure*.

E. Analisis Data Pengaruh Tayangan *My Trip My Adventure* Terhadap Motivasi Berwisata Mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015

Untuk menentukan korelasi atau tingkat hubungan antara variabel imitasi dari tayangan *My trip My Adventure* dan variabel motivasi pada tabel koefisien korelasi dibawah ini.

Tabel 4.23 Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 s.d 0,20	Kurang Kuat
>0,20 s.d 0,40	Agak Kuat
>0,40 s.d 0,60	Cukup Kuat
>0,60 s.d 0,80	Kuat
>0,80 s.d 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berikut ini adalah hasil pengolahan data penelitian pengaruh tayangan *My Trip My Adventure* terhadap motivasi berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015, dengan menggunakan metode korelasi *Pearson* sebagai berikut:

Tabel 4.24 Korelasi

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	,670**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	36	36
Y	Pearson Correlation	,670**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	36	36

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa korelasi antara variabel imitasi dari tayangan *My Trip My Adventure* dan Motivasi berwisata 0,670. Nilai 0,670 berada di antara 0,60 sampai dengan 0,80, maka dapat disimpulkan bahwa nilai korelasi antara variabel imitasi dari tayangan *My Trip My Adventure* dan dengan variabel Motivasi berwisata kuat.

1. Keeratan Pengaruh

Untuk mengetahui keeratan pengaruh tayangan *My Trip My Adventure* terhadap motivasi berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015, peneliti menggunakan regresi linear sederhana.

Tabel 4.25 Regresi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.670 ^a	.449	.433	2,497

a. Predictors: (Constant), Y

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa R adalah 0,670 maka R^2 adalah 0,449. Hasil tersebut dimasukkan kedalam rumus: Motivasi berwisata – R^2 x maka motivasi berwisata 0,449 %. Dari hasil rumus perhitungan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh tayangan tayangan *My Trip My Adventure* terhadap motivasi berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata angkatan 2015 sebesar 44,9%.

2. Signifikasi pengaruh tayangan *My Trip My Adventure* terhadap motivasi berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015

Untuk mengetahui variabel Tayangan *My Trip My Adventure* dapat mempengaruhi motivasi berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 , untuk itu digunakan uji t. Dalam uji t dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

Ha: Terdapat pengaruh yang terjadi antara tayangan *My Trip My Adventure* terhadap motivasi berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015.

Ho: Tidak ada pengaruh yang terjadi antara tayangan *My Trip My Adventure* terhadap motivasi berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015.

Untuk menguji hipotesis tersebut, apakah Ho diterima atau ditolak maka dilakukan uji t dengan derajat bebas. Untuk menentukan df (*degree of freedom*) maka digunakan rumus:

$$df = n - k$$

$$df = 36 - 2$$

$$df = 34$$

keterangan:

n: Jumlah Sampel

k: Jumlah Variabel

tolak ukur penerimaan atau penolakan Ho adalah sebagai berikut:

1. Ho diterima jika t hitung lebih kecil dari t tabel
2. Ho ditolak jika t hitung lebih besar dari t tabel (Ha diterima)

Tabel 4.26 Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	24,289	3,501		6,938	,000
Y	,692	,131	,670	5,263	,000

Sumber: Hasil Olah Data 2016

Dari hasil pengolahan data tabel diatas yang merupakan *output* dari pengolahan model regresi dapat disimpulkan sebagai berikut:

Berdasarkan analisis data uji t, diketahui t hitung menonton tayangan *My Trip My Adventure* (5,263) > dari t tabel (1,691) atau sig. (0,000) < alpha (0,1) adalah signifikan pada taraf signifikansi 10% dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan hasil uji statistik ini menunjukkan bahwa faktor menonton tayangan *My Trip My Adventure* berhubungan secara signifikan terhadap motivasi berwisata mahasiswa politeknik pariwisata makassar angkatan 2015.

$$Y = a + bX$$

$$Y = 24,289 + 0,692 X$$

$$\text{Motivasi berwisata} = 24,289 + 0,692 \text{ menonton}$$

Dimana:

Y=motivasi berwisata

a= Konstanta/intersep (besarnya Y jika X=0)

b= Koefisien regresi (besarnya perubahan Y akibat perubahan X)

X= tayangan *My Trip My Adventure*

e= Kesalahan pengganggu (*error*)

berdasarkan hasil uji hipotesis maka diketahui bahwa setiap kenaikan satuan menonton tayangan *My Trip My Adventure* maka motivasi berwisata meningkat 0,692 satuan atau 69,2%.

D. Pembahasan

Media massa dapat menimbulkan efek peniruan atau imitasi, bertolak dari besarnya kemungkinan atau potensi pada tiap anggota masyarakat untuk meniru apa-apa yang ia peroleh dari media massa. Kemudahan isi media massa untuk dipahami memungkinkan khalayak untuk mengetahui isi media massa dan kemudian dipengaruhi oleh isi media tersebut.

Perilaku khalayak jelas amat dipengaruhi oleh media massa, hal ini dapat kita lihat dalam kehidupan sehari-hari. Disaat sebuah tayangan menampilkan suatu yang beda dengan tayangan lainnya maka itu membuat khalayak tertarik untuk melihatnya seperti tayangan *My Trip My Adventure* yang menampilkan program *reality show* tentang berpetualang dan berwisata menjelajah keindahan alam Indonesia, keunikan suku yang dimiliki suatu daerah serta hal-hal unik yang ada disuatu daerah.

Tayangan *My Trip My Adventure* banyak disukai remaja khususnya dikalangan mahasiswa untuk mengisi hari libur mereka pergi ke tempat-tempat objek wisata yang ada di daerah mereka maupun di luar daerah mereka, bahkan bukan cuma sebatas pergi berpetualang dan berwisata mereka juga mengimitasi gaya *My Trip My Adventure* dan pesan sosial yang diajarkannya seperti setiap pergi berpetualang dan berwisata mereka tidak lupa membawah tongsis, go pro, maupun camera yang menjadi ciri khas tayangan *My Trip My adventure* serta selalu mengingat pesan sosial yang sering di ucapkan oleh *hosts My Trip My Adventure* yaitu “jangan nyampah sembarangan” jaga dan cintailah alam Indonesia.

1. Pandangan Mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar Angkatan 2015 Tentang Tayangan *My Trip My Adventure*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata reaksi mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 positif dan memang beranggapan bahwa isi atau informasi dari tayangan *My Trip My Adventure* penting bagi mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015. Adapun pandangan mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 mengenai isi tayangan *My Trip My Adventure* berbeda-beda, dimana pandangan tersebut diukur dengan melihat frekuensi tertinggi dari jawaban responden.

Pada frekuensi menonton tayangan *My Trip My Adventure* ditunjukkan mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 beranggapan bahwa tayangan *My Trip My Adventure* menarik untuk ditonton karena menampilkan tayangan berpetualang dan berwisata yakni dengan frekuensi 61,1% atau sebanyak 22 mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 memberikan reaksi positif. Sedangkan frekuensi terendah menurut pandangan mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 bahwa banyak pengetahuan yang berbeda dapat dari setiap episode tayangan *My Trip My Adventure* dengan frekuensi 50% atau 18 mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015. Adapun frekuensi yang cukup tinggi juga menunjukkan bahwa tayangan *My Trip My Adventure* memberikan informasi tentang tempat wisata yang belum banyak diketahui orang dan menarik untuk datang dengan frekuensi 86,1% atau sebanyak 31 mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015.

Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 menonton tayangan *My Trip My Adventure* karena menampilkan

tayangan berpetualang dan berwisata. Serta jika dicermati dengan melihat frekuensi tertinggi mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 Menyukai tayangan *My Trip My Adventure* karena memberikan informasi tentang tempat wisata yang belum banyak di ketahui orang dan menarik untuk di datangi.

Sesuai dengan pernyataan diatas yaitu pandangan mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 tentang tayangan *My Trip My Adventure* seperti yang dikatakan Bandura pada proses perhatian (*Attention*) pada tahapan ini seseorang mengamati peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Peristiwa atau kejadian dapat saja berupa tindakan tertentu, misalnya pemikiran (*abstract modelling*) seperti sikap, nilai-nilai atau pandangan hidup. seseorang dapat mengamati peristiwa tersebut mungkin dari orang tuanya, guru atau media. meskipun ada ratusan peristiwa yang dialami setiap hari, namun hanya beberapa saja yang menarik perhatian mereka adalah kejadian yang mudah diingat, sederhana, menonjol, menarik, dan terjadi berulang-ulang.³¹

Demikian halnya dengan Mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 yang manaruh proses perhatian pada tayangan *My Trip My Adventure* yang cukup tinggi, karena tayangan *My Trip My Adventure* memberikan informasi tentang tempat-tempat wisata yang menarik untuk mereka datangi nantinya.

³¹ E. B Surbakti, *Awas Tayangan Televisi: Tayangan Misteri dan Kekerasan Mengancam Anda*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2008), h.143

2. pengaruh antara menonton program *My Trip My Adventure* dengan motivasi berwisata Mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015

Pada hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tayangan *My Trip My Adventure* terhadap Motivasi Berwisata mahasiswa Pariwisata Makassar angkatan 2015 yakni analisis data uji t, diketahui t hitung menonton tayangan *My Trip My Adventure* (5,263) > dari t tabel (1,691) atau sig. (0,000) < alpha (0,1) adalah signifikan pada taraf signifikansi 10% dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh dari menonton tayangan *My Trip My Adventure* dengan Motivasi Berwisata mahasiswa Pariwisata Makassar angkatan 2015.

Jika dicermati dari frekuensi menonton tayangan *My Trip My Adventure* yaitu setelah anda puas dengan tayangan *My trip My Adventure* menginspirasi anda untuk turut meng-explorasi keindahan alam di masing-masing daerah anda 41,6% (15 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 58,3% (21 orang) menyatakan setuju. Hal itu menunjukkan bahwa keseringan menonton tayangan *My Trip My Adventure* akan menimbulkan keinginan untuk melakukan hal yang sama.

Keseringan menonton tayangan *My Trip My Adventure* bukan cuma menimbulkan keinginan untuk melakukan hal yang sama tetapi, menimbulkan efek imitasi yaitu terdapat pada frekuensi mengenai Saat anda mengunjungi tempat berwisata anda selalu membawa tongsis, *go pro*, dan *camera* yang menjadi ciri khas dari tayangan *My Trip My Adventure* 33,3% (12 orang) responden

menyatakan sangat setuju, sebanyak 52,7% (19 orang) menyatakan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa setiap mahasiswa politeknik pariwisata pergi ke tempat wisata mereka selalu membawa alat-alat seperti tongsis, *go pro*, dan *camera* untuk mengabadikan momen yang menjadi ciri khas dari tayangan *My Trip My Adventure*.

Dari tayangan *My Trip My Adventure* juga mengajarkan bukan cuma sekedar berwisata pada frekuensi mengenai dari tayangan *My Trip My Adventure* mengajarkan kita cintailah Indonesia janganlah merusak dan rawatlah alam kita agar dapat terus dinikmati dan dapat kita terapkan di kehidupan kita sehari-hari sebanyak 80,5% (29 orang) responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 19,4% (7 orang) menyatakan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Politeknik Pariwisata belajar dari tayangan *My Trip My Adventure* bagaimana mencintai Indonesia dengan tidak merusaknya serta merawat alam kita agar dapat terus dinikmati.

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada Mahasiswa Politeknik Pariwisata angkatan 2015 mereka berpendapat:

- a. Rahmat ramadani jurusan Manajemen perjalanan, menurut Rahmat *My Trip My Adventure* adalah salah satu program TV yang sangat bagus juga sangat menarik karena *My Trip My Adventure* berbau pariwisata dan meng-expslore tempat-tempat pariwisata yang ada di indonesia, berhubung Indonesia mempunyai banyak tempat objek wisata yang bagus cuma belum ter-explore dengan adanya program *My Trip My Adventure* kita dapat mengetahui tempat-tempat objek wisata yang menarik untuk didatangi dan Rahmat

sendiri sudah sering mengunjungi tempat-tempat wisata yang pernah di tayangkan *My Trip My Adventure*

- b. Zahra jurusan manajemen jasa perjalanan, menurut Zahra *My Trip My Adventure* sangat menginspirasi karena dengan menonton *My Trip My Adventure* dia dapat mengetahui tempat-tempat objek wisata yang ada di sulawesi selatan dan diluar sulawesi selatan yang berguna bagi Zahra sebagai bahan kuliahnya, karena Zahra sendiri mengambil jurusan jasa perjalanan yang membahas tentang tempat dan objek wisata yang menarik untuk didatangi Zahra sendiri juga sudah pernah pergi ke tempat yang di datangi *My Trip My Adventure* Zahra merasa sangat puas karena dapat mengunjungi tempat-tempat objek wisata yang belum pernah dia datangi seperti malino dan toraja.

Berkaitan dengan teori *Social Learning Theory*(teori pembelajaran sosial) Diketahui bahwa Khalayak mempelajari sejumlah perilaku melalui tayangan yang ditampilkan. Selanjutnya mereka mendasarkan perilaku mereka dengan meniru apa yang mereka saksikan sebelumnya.

Teori yang digagas oleh Albert Bandura, yakni pakar psikologi ini. Mengemukakan bahwa manusia belajar tidak hanya melalui pengalaman langsung, melainkan juga melalui peniruan (*modelling*)³². Demikian halnya, mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015 yang memiliki perhatian demikian besar terhadap tayangan *My Trip My Adventure* yang menyajikan berpetualang dan berwisata, akan termotivasi untuk melakukan petualang dan berwisata juga.

³² E. B Surbakti, *Awas Tayangan Televisi: Tayangan Misteri dan Kekerasan Mengancam Anda*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2008), h.143

Relevansi dari teori ini tentunya membuktikan bahwa media massa sangat berpengaruh dalam proses pembelajaran khalayak yaitu Proses Perhatian (*Attention*), Proses Mengingat (*Retention*), Proses Reproduksi Motoris (*Motoris Reproductin*) dan Proses Motivasional (*Motivational*).

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh yang signifikan terhadap Motivasi berwisata, semakin tinggi frekuensi menonton tayangan *My Trip My Adventure* maka semakin tinggi pula motivasi berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata angkatan 2015.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil Analisis dan pembahasan peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

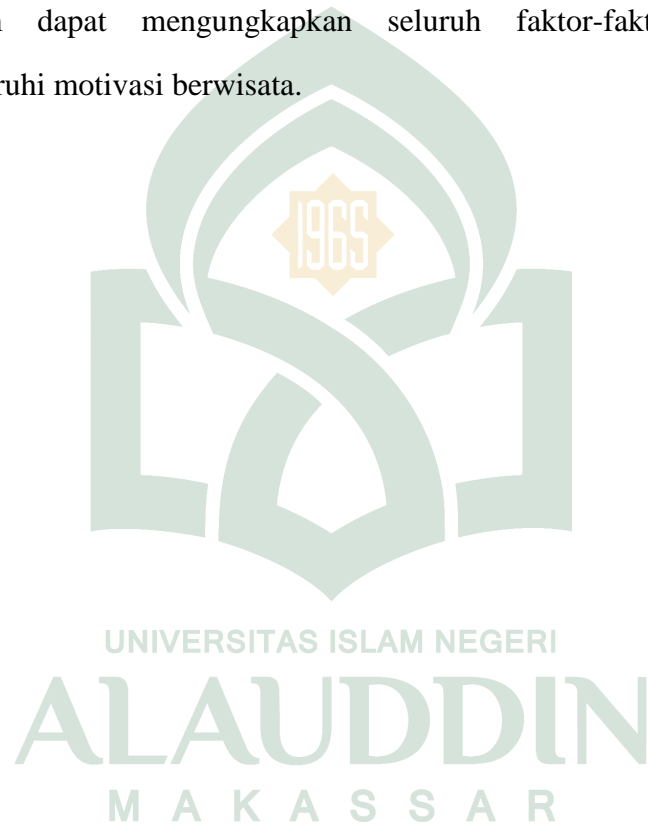
1. Pandangan mahasiswa Politeknik Pariwisata angkatan 2015 mengenai tayangan *My trip My adventure*, jika dilihat dari frekuensi tertinggi mahasiswa Politeknik Pariwisata angkatan 2015 berpendapat bahwa tayangan *My Trip My Adventure* memberikan informasi tentang tempat wisata yang belum banyak di ketahui orang dan menarik untuk di datangi.
2. Motivasi berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata angkatan 2015 jika dicermati hasilnya menunjukan bahwa mahasiswa Politeknik Pariwisata angkatan 2015 setelah mereka puas dengan tayangan *My trip My Adventure* menginspirasi mereka untuk turut meng-explorasi keindahan alam di daerah mereka masing-masing

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah peneliti peroleh selama melakukan penelitian di mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar, adapun implikasi penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi motivasi berwisata Mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015, penelitian ini hanya dapat menemukan 44,9% *Regresi* (keeratan pengaruh) dari tayangan *My Trip My Adventure* mempengaruhi motivasi berwisata mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar angkatan 2015.

2. Tayangan *My Trip My Adventure* tidak terbatas pada mempengaruhi motivasi berwisata seseorang masih banyak lagi yang dapat digali maupun diteliti dari tayangan *My Trip My Adventure*.
3. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan mampu memperluas cakupan wilayah penelitian sehingga dapat mewakili keadaan yang sebenarnya karena penelitian ini belum dapat mengungkapkan seluruh faktor-faktor yang dapat mempengaruhi motivasi berwisata.



Daftar Pustaka

- Arikunto Suharsimi. 1991. *Prosedur Penelitian* Cet. VII Jakarta: Rineka Cipta
- Amri Jahi. 1993. *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-negara Dunia Ketiga: Suatu pengantar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,
- Ardianto Elfinaroa. 2007. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatakama Media.
- Ardianto dkk. 2004. *komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: PT rosdakarya.
- Bagong Suyanto. 2007. *Sutina. Metode Penelitian Sosial* Jakarta : prenada media group.
- Baksin. 2006. *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara Hafied. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Darwanto. 2007. *Televisi sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Efenddy. 1993. Onong Uchjana. *Televisi Siaran: Teori dan Praktek*. Bandung: Mandar maju.
- Efenddy. 2003. Onong Uchjana. *Ilmu, Teori dan filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Efenddy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Elvirano. 2009 *komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosda karya.
- Hadi Sutrisno. 1982. *Statistik. Jilid II*. Yogyakarta: Fakultas PSI UGM
- Hamalik, Oemar. 1992. *Psikologi Belajar Mengajar* (Bandung:Sinar Baru)
- <http://acara.co.id/my-trip-my-adventure-trans-tv-rayakan-hut-yang-ke-2-tahun/> (21 Maret 2016).
- <http://wisata-sumatera7.blogspot.co.id/2015/09/mengapa-orang-suka-berwisata-inilah.html> (28 Maret 2016)
- <http://yosiabdiandindaon.blogspot.co.id/2012/11/pengertian-pengaruh/> (8 Agustus 2016)
- <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://kamus.cektkp.com/pan-dangan/> (8 agustus 2016)
- Morisson. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Muda, Deddy Iskandar. 2005. *Jurnalistik televisi menjadi reporter profesional*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- McQuail, Denis. 1987. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- Nasution, Zulkariman. 1993. *Metode Research*, Edisi I, Cet. III Jakarta; Bumi Aksara.
- Putrawan Imade. 1990. *Penguji Hipotesis dalam Penelitian Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kriyantono, Rahmat. *Teknik praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: kencana.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Redmaja Rosda Karya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1985. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja karya CV Bandung.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*: Remadja rosda karya.
- Robbins, Stephen P. 2003. *Perilaku Organisasi*, Jilid I. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Soenarto, r. 2007. *Programa Televisi dari Penyusunan Sampai Pegaruh Siaran*. jakarta: FFTV-IKJ Press.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.

The logo of Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar is a green emblem featuring a stylized open book at the base, with a large, pointed arch above it. Inside the arch is a smaller, five-pointed star containing the year '1965'.

Lapiran-Lampiran

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

Lampiran 1

Tabel Penyusun Kusioner

Pengaruh Tayangan *My Trip My Adventure* Terhadap Motivasi Berwisata

Mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar Angkatan 2015

Variabel	Indikator	Deskriptor	Soal
Pengaruh	(1) Informasi	(1) Tayangan <i>My Trip My Adventure</i> memberikan informasi, informasi yang dimaksud adalah pengetahuan dan hiburan tentang destinasi wisata baru yang bagus dikunjungi dan belum diketahui masyarakat banyak.	Informasi 1-4
	(2) Intensitas a. Frekuensi b. Durasi (3) Kognitif	(2) Dengan sering menonton tayangan <i>My Trip My Adventure</i> akan menimbulkan keinginan untuk melakukan hal yang sama. (3) Dengan sering menonton tayangan <i>My Trip My Adventure</i> akan menambah pengetahuan tentang destinasi tempat wisata baru, memberikan pemahaman tentang menjaga dan melestarikan alam Indonesia, dan menerapkannya dalam kehidupan Khalayak sendiri.	Intensitas 5-8 Kognitif 9-12
Motivasi	(1) Sikap	(1) Dengan menonton tayangan <i>My Trip My Adventure</i> akan menimbulkan perasaan khalayak tentang objek, aktivitas, peristiwa dan orang lain untuk melakukan hal yang sama.	Sikap 13-16
	(2) Perilaku	(2) Tayangan <i>My Trip My Adventure</i> akan mempengaruhi perilaku khalayak dengan melakukan petualangan dan menjelajah ke tempat-tempat berwisata	Perilaku 17-20

Lampiran 2

KUSIONER PENELITIAN “PENGARUH TAYANGAN *MY TRIP MY ADVENTURE* TERHADAP MOTIVASI BERWISATA MAHASISWA POLITEKNIK PARIWISATA MAKASSAR ANGKATAN 2015”

Petunjuk pengisian:

1. Bacalah setiap daftar pernyataan dengan teliti.
2. Semua jawaban tidak ada yang benar dan yang salah sehingga yang diharapkan adalah jawaban yang sesungguhnya dari anda.
3. Beri tanda conteng (√) pada salah satu pilihan jawaban yang menurut anda paling tepat dan sesuai dengan kondisi yang ada.
4. Ada lima skala yang digunakan dalam tiap pernyataan yaitu:
 - SS = Sangat Setuju
 - S = Setuju
 - TS = Tidak Setuju
 - STS = Sangat Tidak Setuju

Nama:

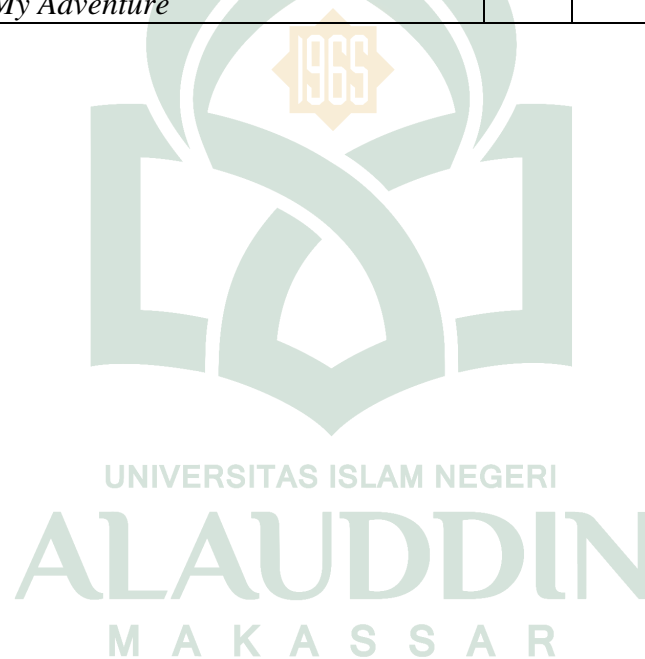
Jenis kelamin: (L/P)

Berapa kalika dalam sebulan anda menonton *My Trip My Adventure*(.....)

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Tayangan <i>My Trip My Adventure</i> memberikan informasi tentang tempat wisata yang belum banyak di ketahui orang dan menarik untuk didatangi				
2	Tayangan <i>My Trip My Adventure</i> memberikan pengetahuan tentang potensi wisata yang ada diseluruh wilayah Indonesia				
3	Informasi yang didapat dari tayangan <i>My Trip My Adventure</i> dapat kita bagi ke keluarga atau teman tentang tempat-tempat destinasi tempat wisata yang menarik untuk didatangi				
4	Pengetahuan yang di dapat dari tayangan <i>My Trip My Adventure</i> dapat anda terapkan di daerah anda, yaitu disaat anda pergi berperetualang janganlah merusak alam disekitar kita dan jangan mengotorinya buanglah sampah pada tempatnya				

5	Tayangan <i>My Trip My Adventure</i> menarik untuk di tonton karena menampilkan tayangan berpetualang dan berwisata				
6	Dengan sering menonton tayangan <i>My Trip My Adventure</i> menimbulkan keinginan untuk melakukan hal yang sama				
7	Banyak program tayangan yang menampilkan dokumentasi wisata akan tetapi berbeda dengan tayangan <i>My Ttrip My Adventure</i>				
8	Frekuensi menonton tayangan <i>My Trip My Adventure</i> tidak terbatas pada Televisi tetapi dapat kita lihat di sosial media seperti <i>youtube, instagram, dan facebook</i>				
9	Banyak pengetahuan yang berbeda di dapat dari setiap episode tayangan <i>My Trip My Adventure</i>				
10	Pemahaman yang di dapat dari setiap tayangan <i>My Trip My Adventure</i> yaitu “jangan nyampah sembarangan” dapat kita terapkan dilingkungan kita sendiri dan disaat berwisata				
11	Dari tayangan <i>My Trip My Adventure</i> mengajarkan kita cintailah Indonesia janganlah merusak dan rawatlah alam kita agar dapat terus dinikmati dan dapat kita terapkan di kehidupan kita sehari-hari				
12	Pengetahuan yang didapat dari tayangan <i>My Trip My Adventure</i> tidak terbatas pada berwisata alam tapi juga ciri khas dari suatu daerah dan juga wisata kulinernya				
13	Tempat objek wisata yang di tayangkan <i>My Trip My Adventure</i> sangat beragam menimbulkan kepuasan tersendiri saat melihatnya				
14	Aktivitas menjelajah dan berpetualang yang dilakukan <i>hots My Trip My Adventure</i> sangat menginspirasi anda untuk melakukan hal yang sama				
15	Peristiwa atau hal-hal unik yang terjadi selama tayangan <i>My Trip My Adventure</i> sangat menarik untuk di tonton				
16	Di setiap episode <i>My Trip My Adventure</i> tidak lepas dari alat seperti <i>go pro</i> atau <i>camera</i> untuk mengebadikan momen seru, dan itu menjadikan tayangan <i>My Trip My Adventure</i> menarik untuk di tonton				

17	Disaat anda berwisata dan berpetualang ke tempat-tempat baru itu termotivasi dari tayangan <i>My Trip My Adventure</i>				
18	Setelah anda puas dengan tayangan <i>My trip My Adventure</i> menginspirasi anda untuk turut meng-explorasi keindahan alam di masing-masing daerah anda				
19	Disaat anda berwisata anda akan menjalankan pesan sosial kepada orang lain dengan cara membuang sampah pada tempatnya dan tidak merusak alam sekitar seperti yang sering dicontohkan tayangan <i>My Trip My Adventure</i>				
20	Saat anda mengunjungi tempat berwisata anda selalu membawa tongsis, <i>go pro</i> , dan <i>camera</i> yang menjadi ciri khas dari tayangan <i>My Trip My Adventure</i>				



Lampiran 3

Hasil kuesioner yang dihitung menggunakan SPSS

Warning # 849 in column 23. Text: in_ID
 The LOCALE subcommand of the SET command has an invalid parameter. It could not be mapped to a valid backend locale.

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=P_1 P_2 P_3 p_4 P_5 P_6 P_7 P_8 P_9 P_10 P_11 P_12 P_13 P_14 P_15
P_16 P_17 P_18 P_19 P_20 total
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
  
```

Correlations

Notes		
Output Created		31-MAY-2016 14:23:19
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	36
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
	Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=P_1 P_2 P_3 p_4 P_5 P_6 P_7 P_8 P_9 P_10 P_11 P_12 P_13 P_14 P_15 P_16 P_17 P_18 P_19 P_20 total /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00,17
	Elapsed Time	00:00:00,19

[DataSet0]

Correlations

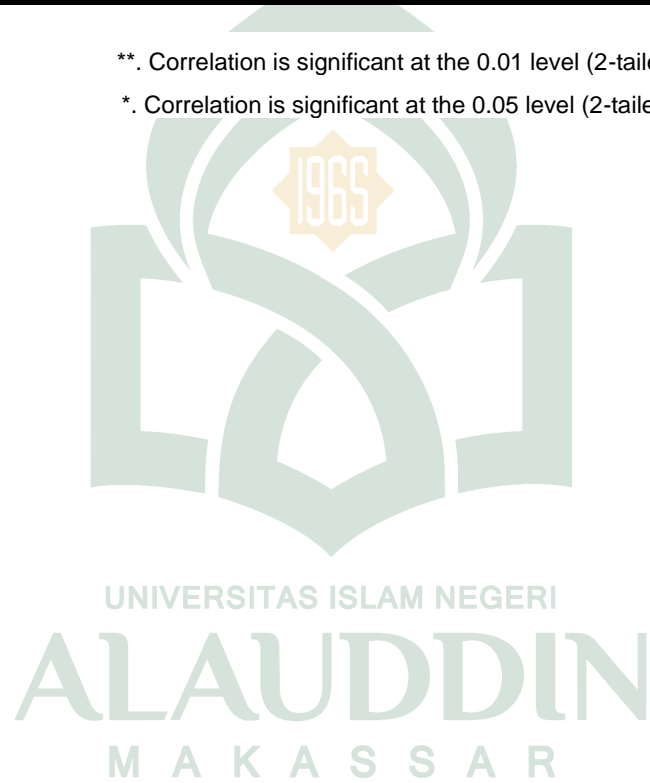
	P_1	P_2	P_3	p_4	P_5	P_6	P_7	P_8	P_9	P_10	P_11	P_12
P_1 Pearson Correlation	1	,289	,241	-,046	,320	,034	,114	,032	,298	,528**	,209	,009
Sig. (2-tailed)		,087	,157	,788	,057	,845	,509	,851	,077	,001	,222	,958
N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
P_2 Pearson Correlation	,289	1	,248	,358*	,113	,156	,175	-,175	,253	,142	,322	,141
Sig. (2-tailed)	,087		,145	,032	,511	,363	,306	,306	,136	,408	,055	,411
N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
P_3 Pearson Correlation	,241	,248	1	,449**	,456**	,233	,000	,101	,279	,302	,070	,456**
Sig. (2-tailed)	,157	,145		,006	,005	,171	1,000	,558	,100	,074	,684	,005
N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
p_4 Pearson Correlation	-,046	,358*	,449**	1	,066	,243	,181	,117	,322	,035	,365*	,329
Sig. (2-tailed)	,788	,032	,006		,703	,154	,290	,498	,056	,840	,029	,050
N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
P_5 Pearson Correlation	,320	,113	,456**	,066	1	,431**	-,081	,288	,169	,337*	,104	,519**
Sig. (2-tailed)	,057	,511	,005	,703		,009	,640	,089	,324	,045	,546	,001
N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
P_6 Pearson Correlation	,034	,156	,233	,243	,431**	1	,330*	,424**	,312	,177	,206	,239
Sig. (2-tailed)	,845	,363	,171	,154	,009		,049	,010	,064	,301	,227	,160
N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
P_7 Pearson Correlation	,114	,175	,000	,181	-,081	,330*	1	,357*	,394*	,256	,199	,161

P_1 0	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,318 ,059 36	,245 ,150 36	,380* ,022 36	,398* ,016 36	,391* ,018 36	,234 ,169 36	,185 ,280 36	,132 ,442 36	,566** ,000 36
P_1 1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,119 ,490 36	,397* ,017 36	,205 ,231 36	,332* ,048 36	,455** ,005 36	,415* ,012 36	,470** ,004 36	,348* ,037 36	,516** ,001 36
P_1 2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,295 ,081 36	,282 ,096 36	,332* ,048 36	,112 ,514 36	,120 ,485 36	,327 ,051 36	,247 ,147 36	-,303 ,073 36	,420* ,011 36
P_1 3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 ,023 36	,378* ,023 36	,431** ,009 36	,222 ,193 36	,195 ,254 36	,387* ,020 36	,426** ,010 36	,149 ,385 36	,581** ,000 36
P_1 4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,378* ,023 36	1 ,023 36	,516** ,001 36	,587** ,000 36	,426** ,010 36	,329 ,050 36	,543** ,001 36	,265 ,118 36	,757** ,000 36
P_1 5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,431** ,009 36	,516** ,001 36	1 ,001 36	,523** ,001 36	,284 ,094 36	,398* ,016 36	,308 ,068 36	,250 ,142 36	,693** ,000 36
P_1 6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,222 ,193 36	,587** ,000 36	,523** ,001 36	1 ,018 36	,391* ,018 36	,272 ,108 36	,295 ,081 36	,354* ,034 36	,632** ,000 36
P_1 7	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,195 ,254 36	,426** ,010 36	,284 ,094 36	,391* ,018 36	1 ,048 36	,331* ,048 36	,265 ,118 36	,348* ,037 36	,640** ,000 36
P_1 8	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,387* ,020 36	,329 ,050 36	,398* ,016 36	,272 ,108 36	,331* ,048 36	1 ,048 36	,519** ,001 36	,293 ,083 36	,619** ,000 36
P_1 9	Pearson Correlation	,426**	,543**	,308	,295	,265	,519**	1	,308	,594**

	Sig. (2-tailed)	,010	,001	,068	,081	,118	,001		,068	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36
P_2	Pearson									
0	Correlation	,149	,265	,250	,354*	,348*	,293	,308	1	,399*
	Sig. (2-tailed)	,385	,118	,142	,034	,037	,083	,068		,016
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36
total	Pearson									
	Correlation	,581**	,757**	,693**	,632**	,640**	,619**	,594**	,399*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,016	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Lampiran 4

Tabel hasil penelitian

[illegible]

Lampiran 5
Kampus Politeknik Pariwisata Makassar



Lampiran 6

Foto saat mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar Mengisi kuesioner





Lampiran 7
Surat izin penelitian




1 2 0 1 6 1 9 1 4 2 6 7 5 8

PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
BADAN KOORDINASI PENANAMAN MODAL DAERAH
UNIT PELAKSANA TEKNIS - PELAYANAN PERIZINAN TERPADU
(UPT - P2T)

Nomor : 5664/S.01.P/P2T/05/2016
 KepadaYth.
 Lampiran :
 Perihal : **Izin Penelitian** : Direktur Poltekkes Kemenkes Makassar

di-
Tempat

Berdasarkan surat Dekan Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Nomor : DU.I/TL.00/2256a/2016 tanggal 03 Mei 2016 perihal tersebut diatas, mahasiswa peneliti dibawah ini:

Nama : MUHAMMAD TASLIM
Nomor Pokok : 50700112005
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)
Alamat : Jl. H. M. Yasin Limpo No. 36, Gowa

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

" PENGARUH TAYANGAN MY TRIP MY ADVENTURE TERHADAP MOTIVASI BERWISATA MAHASISWA POLITEKNIK PARIWISATA ANGKATAN 2015 "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **12 Mei s/d 12 Juni 2016**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
 Pada tanggal : 12 Mei 2016

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
KEPALA BADAN KOORDINASI PENANAMAN MODAL DAERAH
PROVINSI SULAWESI SELATAN
 Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu



A. M. YAMIN, SE., MS.
 Pangkat : Pembina Utama Madya
 Nip. : 19610613 199002 1 002

Tembusan Yth
 1. Dekan Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar;
 2. Peringgal

SMAP BKPM 12-05-2016



Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
 Website : <http://p2tbkpm.sulselprov.go.id> Email : p2t_prov.sulsel@yahoo.com
 Makassar 90222



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Muhammad Taslim biasa di panggil Alling, penulis dilahirkan di sengkang (sul-sel) tanggal 11 November 1994 dari seorang ayah bernama H.Syahrul dan ibu yang bernama Hj. Naidah. Peneliti adalah anak pertama dari empat bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di bumi samata permai kabupaten gowa.

Pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis dimulai dari SDN negeri butung Makassar sampai kelas 5 SD dan pindah ke SD Islamiyah 1 Ternate (Maluku Utara) lulus tahun 2006, SMPN 2 Sengkang dan pindah ke SMPN 1 Ternate lulus tahun 2009, SMAN 1 Ternate lulus tahun 2012, dan pada tahun yang sama penulis diterima di UIN Alauddin Makassar Fakultas Dakwah dan Komunikasi sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Dengan ketekunan, motivasi tinggi untuk belajar dan berusaha, penulis telah berhasil menyelesaikan Skripsi ini. Semoga apa yang penulis tulis berguna bagi pembacanya juga yang melakukan penelitian yang sama.